NOURRIR LE MONDE
AVEC UNE AGRICULTURE
FAMILIALE DURABLE

ALIMENTERRE

MANUEL DE CAMPAGNE
ÉDITION 2015



Campagne coordonnée par
le Comité Français pour la Solidarité Internationale
32 rue Le Peletier
75009 Paris

Tél. : +33 (0)1 44 83 88 50
Contact : alimenterre@cfsi.asso.fr
www.cfsi.asso.fr
www.festival-alimenterre.org
www.alimenterre.org

En partenariat avec :







Avec le soutien de :







Le présent document bénéficie du soutien financier de l'Agence Française de Développement. Les idées et les opinions présentées sont celles du CFSI et ne représentent pas nécessairement celles de l'Agence Française de Développement, de la Fondation Daniel et Nina Carasso et de la Fondation Léa Nature Jardin Bio.

TABLE DES MATIERES

POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

CONTENU

ÉDITO

L'agriculture fait figure d'accusée quand on parle climat. Elle est directement et indirectement responsable du quart des émissions globales de gaz à effet de serre. Mais l'agriculture familiale, principale productrice d'aliments, est aussi une victime, quand frappent sécheresses et inondations.

Si rien n'est fait pour réduire drastiquement les émissions, le nombre de personnes souffrant de la faim pourrait doubler d'ici à 2050, prévient le Giec[1]. La question du climat exige de la solidarité car ce sont les plus pauvres, ceux dont l'empreinte écologique est pourtant la plus faible, qui sont les premiers touchés.

Les échecs des conférences internationales qui se succèdent sont pourtant inquiétants. En décembre 2015, la France accueille la 21ème conférence internationale sur le climat (COP21). Ce sommet a pour objectif la signature d'un accord entre les pays du monde pour la réduction de leurs émissions de gaz à effet de serre afin d'atténuer au maximum les changements climatiques. La question agricole sera abordée mais ne sera pas traitée de façon spécifique. Ceci est regrettable compte tenu des enjeux.

La transition est pourtant déjà à l'œuvre. Les nombreuses expériences en cours partout dans le monde, de production et de consommation plus durables sont des signes d'espérance. La mobilisation autour de la Coalition Climat 21 en faveur de la justice climatique témoigne aussi de la volonté des citoyens de faire évoluer plus rapidement cette transition.

La Campagne ALIMEN**TERRE** s'intègre dans le cadre de cette mobilisation. Depuis 2000, elle sensibilise et informe le grand public français sur les causes économiques, sociales et politiques de la faim dans le monde. Elle milite pour une agriculture familiale viable et durable, au service d'une alimentation pour tous, au Nord comme au Sud. [2]

L'édition 2015 a pour thème « défi alimentaire et défi climatique ». Le temps fort de cette campagne est le Festival de films documentaires qui a lieu du 15 octobre au 30 novembre. Cette année, 8 films ont été sélectionnés. Même s'ils ne traitent pas directement du climat, tous permettront de débattre autour des enjeux climatiques, agricoles et alimentaires dans le monde.

Changeons le système, pas le climat !

[1] Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat
[2] http://www.alimenterre.org/page/charte-agriculture-familiale-durable-service-d%E2%80%99-alimentation

ALIMENTERRE : UNE CAMPAGNE DE SENSIBILISATION SUR LES ENJEUX AGRICOLES ET ALIMENTAIRES

Les objectifs de la campagne ALIMEN**TERRE** sont :

- informer sur l'état actuel de la faim dans le monde, (ses paradoxes, ses causes économiques, sociales et politiques) et l'enjeu de nourrir le monde demain ;
- faire valoir le Droit à l'alimentation et à la souveraineté alimentaire ;
- faire prendre conscience de la nécessité de soutenir une agriculture familiale, viable et durable ici et là-bas ;
- sensibiliser chacun à ses responsabilités de citoyen et à ses possibilités d'agir par ses choix de consommation et de vote.

Cette année, la campagne nous invite à réfléchir aux enjeux climatiques pour l'agriculture et l'alimentation dans le monde.

POURQUOI RÉINVENTER L'AGRICULTURE FACE AU CHANGEMENT CLIMATIQUE ?

Le système agroalimentaire actuel contribue fortement à l'effet de serre. Et il est très exposé au changement climatique. Deux bonnes raisons de réinventer l'agriculture.

Le changement climatique, qu'est-ce que c'est ?

Le changement climatique est un phénomène naturel, qui est accentué par l'activité humaine. La planète est entourée d'une couche de gaz qui permet de retenir la chaleur du soleil. Sans cet effet de serre, la température serait de -18°C sur terre. L'augmentation du volume de gaz à effet de serre liée aux activités humaines pose un vrai problème car, selon le Giec[3], elle provoque des changements climatiques majeurs.

Les principaux constats sont[4] :

- **une hausse de la température :** +0,8°C entre 1880 et 2012[5]. La fréquence et l'intensité des vagues de chaleurs en Europe, Asie et Australie ont augmenté ;
- **une fonte des calottes glaciaires, glaciers de montagne et de la banquise :** en Arctique et Antarctique, accélération de la fonte multipliée respectivement par 6,3 et 4,9 entre les deux périodes 1992-2001 et 2002-2011[6] ;
- **la montée du niveau des mers** : augmentation de 19 cm en moyenne entre 1901 et 2010[7]. Depuis le XIXe siècle, ce rythme est supérieur à celui des deux derniers millénaires ;
- **des précipitations et évènements violents** : hausse moyenne des précipitations dans les hautes latitudes, baisse durable dans les moyennes latitudes et régions subtropicales arides, hausse des précipitations moyennes dans les régions humides des moyennes latitudes, extension, intensification et décalage dans le temps de la mousson.

Les principaux gaz à effet de serre d'origine humaine sont :

- **le CO2**, issu de la combustion des énergies fossiles et du changement d'utilisation des sols (agriculture et déforestation) ;
- **le méthane** (CO4), émis par le secteur agricole (rizières inondées, élevage des ruminants, déjections animales), la production d'énergies fossiles et des décharges ;
- **le protoxyde d'azote**, produit par le secteur agricole (épandage d'engrais azotés sur les sols) ;
- **les gaz fluorés** qui n'existent pas à l'état naturel et sont issus des systèmes de réfrigération, climatisation, aérosols, et autres procédés industriels.

---

[3] 5° Rapport du GIEC – 2013
[4] http://www.coordinationsud.org/wp-content/uploads/CSUD_CCD_Module-dautoformation-sur-les-CC_v4-copia-2.pdf
[5] Idem
[6] Nasa
[7] 5° Rapport du GIEC – 2013

Le système agroalimentaire actuel contribue à l'effet de serre

Selon la FAO, l'activité agricole est directement responsable de 16 % des émissions mondiales de gaz à effet de serre.[8] La principale source, en augmentation de 11 % entre 2001 et 2011, est le méthane (40 %), provient essentiellement de la digestion des ruminants. Autre source importante, le protoxyde d'azote lié aux engrais azotés, est en hausse de 37 % depuis 10 ans. Les émissions en gaz carbonique sont liées à l'utilisation du carburant pour les machines agricoles, les pompes d'irrigation, les serres chauffées, la production d'engrais de synthèse[9].

À ces émissions directes, il faut ajouter les émissions de gaz carbonique issues du changement de l'affectation des sols qui totalisent 10 % des émissions de gaz à effet de serre : la déforestation ; le labour et le retournement des prairies réalisés pour les transformer en surface cultivées, ce qui libère dans l'atmosphère le carbone stocké dans le sol.

Enfin, il faut comptabiliser les émissions liées aux activités en aval de la production, c'est-à-dire le transport et la transformation industrielle.

Selon Emmanuel Torquebiau du Cirad[10], « certaines pratiques sont clairement plus émettrices que d'autres ». « La riziculture irriguée intensive que permet un recours important aux engrais et aux pesticides entraine des rejets de méthane considérables et accentue la pression sur l'eau ». En Europe et aux États-Unis, l'utilisation d'engrais a permis l'accroissement de la production végétale mais n'a fait que contribuer à la hausse des émissions en plus de porter atteinte à la biodiversité et à la qualité des sols (monoculture intensive). Le boom de la consommation de viande dans des pays comme la Chine entraine une explosion des émissions liées à l'élevage mais aussi à la production de céréales ou de soja pour l'alimentation du bétail.

Selon la FAO[11], si rien n'est fait pour inverser la tendance d'ici 2050, ces émissions pourraient encore augmenter de 30 %.

Mais l'agriculture est aussi victime du changement climatique

Nous ne sommes pourtant pas tous égaux face aux effets du changement climatique. Les pays du Sud sont plus vulnérables que ceux situés en zone tempérée sont en première ligne.

- **Menace sur les activités agricoles :** les cultures vivrières, comme le blé, le maïs, le riz ou le soja, ont déjà connu des chutes de rendement importantes liées aux changements climatiques. L'accroissement des évènements extrêmes (sécheresses, inondations) participe aux effets sur les rendements agricoles. La hausse des températures va aggraver les processus de désertification déjà en cours. En Afrique de l'Ouest, on attend une baisse de précipitations à l'horizon 2050 en particulier dans la zone côtière. Il en est de même des rendements liés à la pêche, affectée par une acidification des océans. L'augmentation du niveau des océans menace une part importante de l'activité agricole des États côtiers. Au Vietnam, par exemple, la moitié de la récolte nationale provient du Delta du Mékong. Le Giec craint une baisse des rendements des principales cultures (riz, maïs, blé) de 2 % par décennie.

- **Baisse de la disponibilité de la ressource eau :** selon l'Ifpri, 1,8 milliard de personnes supplémentaires pourraient manquer d'eau en 2050. En cause, la modification des précipitations et la fonte des neiges et glaces. Cela pourrait conduire à des nouveaux conflits liés à l'eau et un amoindrissement de la qualité de cette ressource, et avoir un impact direct sur les cultures vivrières et l'élevage.

---

[8] World GHG Emissions Flow Chart, Ecofys, 2010
[9] Tiré-à-part *Alternatives Economiques* / CFSI – Septembre 2015 – p.5
[10] Centre international de recherche agronomique pour le développement
[11] Organisation des Nations Unies pour l'Agriculture et l'Alimentation

- **Perte de biodiversité :** les différentes espèces se déplacent et cherchent à s'adapter aux différents changements qui s'opèrent sur leur territoire, provoquant une modification des périodes et des zones de migration qui bouleversent les interactions entre les espèces. Par ailleurs, de nouveaux ravageurs et maladies des cultures et des animaux ont déjà fait leur apparition.

- **Dégradation des sols**, comme l'érosion, la réduction de la couverture végétale protectrice, la perturbation des cycles biologiques et de l'eau, la minéralisation accélérée de la matière organique, la salinisation des sols**.** Cette dégradation entraîne une baisse de la fertilité. En moyenne, la Terre perd 10 hectares de terres cultivables par minute, dont 3 hectares à cause de la salinisation

- **Flambée des prix alimentaires :** dans des contextes de marchés tendus et non régulés, les trois dernières envolées des prix (2008, 2010 et 2012) sont en partie liées à des phénomènes météorologiques extrêmes. Cela accroit la vulnérabilité des pays dépendant des importations pour se nourrir.

- **Déplacement des populations :** le Giec indique que les déplacements des populations dus au changement climatique sont déjà nombreux. Ils sont causés par l'augmentation du niveau de la mer, la destruction des infrastructures, la baisse des rendements et la dégradation des sols, les conflits pour l'accès aux ressources, etc.

D'ici à 2050, la baisse des calories disponibles devraient augmenter la malnutrition infantile de 20 % comparé, à un monde sans changement climatique. La moitié des enfants affectés seront en Afrique Subsaharienne (Ifpri, 2009). En outre, selon les Nations unies, 1,5 milliard de personnes, soit 600 millions de plus qu'aujourd'hui, souffriront de la faim à la fin du siècle si nous maintenons nos émissions à leur niveau actuel.

QUE FAIRE ?

Il vaut mieux prévenir que guérir, dit le dicton. Mais n'est-il pas déjà trop tard ?

S'adapter ou atténuer le changement climatique ?

Deux modes d'actions sont possibles pour faire face au changement climatique :
- l'adaptation au changement climatique ;
- l'atténuation du changement climatique.

Face aux catastrophes naturelles, les pouvoirs publics doivent agir vite au niveau local pour faire face aux effets inévitables du changement climatique. Parmi les **actions d'adaptation**, on peut mentionner la mise en place d'infrastructures locales (digues par exemple face à des intempéries) ou l'adaptation des cultures et variétés de semences et des dates de semis.

Mais c'est aussi **l'atténuation du changement climatique** qui doit être au cœur des négociations internationales en **repensant notre modèle de développement, en particulier les modes de production et de consommation.**

Le changement climatique étant mondial, il appelle à une réaction collective et unie de tous les pays. **La convention cadre des Nations unies sur les changements climatiques a été créée en 1992 au Sommet de la Terre à Rio**, avec la participation de 195 pays. Cela a démontré l'effort intergouvernemental pour la maitrise des émissions de gaz à effet de serre.

En 1998, la Conférence des parties (COP) a créé le **Protocole de Kyoto**, premier outil juridiquement contraignant en matière de lutte contre les changements climatiques. Jamais ratifié par les États-Unis, le protocole n'a pas été respecté par le Canada, et pourtant aucune sanction n'a été appliquée[12].

[12]http://www.coordinationsud.org/wp-content/uploads/CSUD_CCD_Module-dautoformation-sur-les-CC_v4-copia-2.pdf

Les dernières négociations internationales comme celles qui ont eu lieu à Copenhague, Durban ou Cancun, n'ont pas abouti à un accord mondial contraignant. Le futur accord correspondra donc à la somme des engagements volontaires des partis. La création du Fonds vert pour le climat qui vise à mobiliser 100 milliards de dollars par an d'ici à 2020 et du cadre de Cancun pour l'adaptation au changement climatique sont néanmoins des avancées à mentionner.

L'enjeu de la conférence des parties qui aura lieu à Paris du 30 novembre au 11 décembre 2015 est de parvenir à un accord universel contraignant permettant de rester en dessous d'une hausse des températures moyennes de 2°C. Pour atteindre cet objectif, les principaux enjeux sont de contrer les comportements individuels[13] face à une problématique qui demande une réaction globale, de mettre en place des mécanismes de solidarité obligatoires pour protéger les pays les plus pauvres et les plus vulnérables, obtenir des États qu'ils renforcent leurs objectifs nationaux et négocient des engagements sectoriels supplémentaires, faire la somme des engagements nationaux et calculer la distance qu'il reste à parcourir collectivement[14].

Malheureusement, l'agriculture ne sera pas traitée de façon spécifique lors des négociations climatiques à Paris. Selon Laurent Levard, responsable de programme au Gret, une organisation membre du CFSI, « si nombre d'États sont d'accord pour parler des adaptations nécessaires, il n'y pas de consensus sur les modèles à déployer. […] L'Afrique du Sud propose par exemple que le thème de la sécurité alimentaire soit remplacé lors des débats par celui de l'augmentation de la production. Or la sécurité alimentaire ne se réduit pas à la question des rendements. Elle dépend très largement de la distribution des revenus et de l'accès aux ressources pour produire ».

Le modèle de développement agricole productiviste, gourmand en ressources naturelles – eau, énergie et terres – aggrave le changement climatique et n'est plus tenable. Après avoir favorisé une alimentation standardisée et bon marché en jouant sur l'augmentation des rendements avec l'introduction de variétés et de races animales dont le fort potentiel ne peut s'exprimer en l'absence d'intrants (notamment chimiques et médicamenteux), le système alimentaire va devoir se repenser[15]. Des alternatives sont déjà en marche et prouvent leur capacité à répondre aux enjeux actuels et à venir !

Se mobiliser

Les négociations sur le climat nous offrent une opportunité de mettre en lumière le rôle stratégique des agricultrices et des agriculteurs pour un développement durable et d'inviter nos élus à s'engager en faveur de politiques favorables au développement de l'agriculture familiale.

La Campagne ALIMEN**TERRE** s'inscrit dans le cadre de la mobilisation citoyenne autour de la Coalition Climat 21[16], déclarée Grande cause nationale 2015 par le gouvernement français.

Les 8 films documentaires, sélection de l'édition 2015, soulèveront le débat autour des modes de production et consommation à adopter face au changement climatique. Les projections permettront aussi d'aborder les enjeux suivants :

Elevage industriel ou élevage à l'herbe ? Les accaparements de terre : une fatalité et une spécialité africaine ? Les semences : un bien commun ou une marchandise comme les autres ? L'agriculture familiale : un modèle dépassé ou d'avenir ? Huile de palme ou beurre dans vos gâteaux ? Autonomie des paysans ou systèmes alimentaires intégrés ?

Si vous partagez les valeurs défendues par le CFSI et le réseau ALIMEN**TERRE** pour une agriculture familiale durable au service d'une alimentation pour tous et si vous souhaitez contribuer à les diffuser auprès d'un large public, rejoignez-nous !

[13] Notion de « Passager clandestin »
[14] idem
[15] Tiré-à-part *Alternatives Economiques* / CFSI, septembre 2015, p. 6
[16] http://coalitionclimat21.org/

CONTENU

NOTES

UNE CAMPAGNE D'INFORMATION ET DE SENSIBILISATION DE L'OPINION

Depuis 2000, la campagne ALIMEN**TERRE** sensibilise la population française sur les causes économiques, sociales et politiques de la faim dans le monde. Elle promeut une agriculture familiale durable ici et là-bas, garantissant une alimentation saine et suffisante pour tous. Les valeurs défendues sont reprises dans la charte du CFSI : http://www.cfsi.asso.fr/sites/www.cfsi.asso.fr/files/charte_25082010.pdf

Pourquoi ?

Les objectifs généraux sont :

- informer sur les paradoxes du système alimentaire mondial et l'enjeu de nourrir le monde demain ;
- faire valoir le droit à l'alimentation et à la souveraineté alimentaire ;
- faire prendre conscience de la nécessité de soutenir une agriculture familiale, viable et durable ici et là-bas ;
- sensibiliser chacun à sa responsabilité de citoyen et consommateur et encourager les changements de comportements individuels et/ou collectifs.

Qui ?

La campagne ALIMEN**TERRE** est animée au niveau national par le CFSI, une association qui rassemble 20 organisations. Elle est mise en œuvre en France, en Europe et en Afrique, par le réseau ALIMEN**TERRE**, constitué d'acteurs locaux, coordonnés au niveau territorial par des pôles ou relais. Toute structure (association, collectivité, établissement scolaire, etc.) partageant les valeurs portées par la campagne peut rejoindre ce réseau et participer à la campagne, en disposant des outils mis à disposition par le CFSI.

Quand ?

La campagne ALIMEN**TERRE** se déroule tout au long de l'année et prend différentes formes :

- un temps fort national du 15/10 au 30/11 : le Festival de films ALIMEN**TERRE** ;
- des activités diverses organisées toute l'année par les acteurs sur leur territoire, selon leurs spécificités et envies ;
- des actions de plaidoyer auprès des décideurs politiques français et européens ;
- de la diffusion d'information actualisée sur les enjeux agricoles et alimentaires sur le centre de ressources collaboratif www.alimenterre.org.

La période du 14 au 22 novembre, autour de la Semaine de la Solidarité Internationale (SSI), est propice à l'organisation de manifestations et activités diverses en lien avec les thèmes défendus par ALIMEN**TERRE**.

Quoi ?

Nombre d'activités sont possibles, selon les spécificités et les envies des organisateurs :

- une projection-débat dans le cadre du Festival de films (15 oct. – 30 nov.) ;
- un marché alimentaire et solidaire ;
- une campagne de signatures pour une pétition ;
- un atelier cuisine bio, locale et équitable avec des enfants ;
- une exposition ;
- une visite d'exploitation agricole ;
- un spectacle de rue ;
- etc.

N'hésitez pas à laisser libre cours à votre imagination !!

UN FESTIVAL DE FILMS, VECTEUR D'INFORMATION ET SENSIBILISATION

Le Festival de films documentaires ALIMEN**TERRE** est l'activité nationale de la campagne et sa durée coïncide avec le temps fort de la campagne. C'est un excellent vecteur de sensibilisation du public.

Historique

C'est dans un cinéma parisien fin 2007 que le Festival de films ALIMEN**TERRE** a vu le jour. Depuis, grâce à l'implication de ses organisateurs, il a pris une incroyable envergure. En 2014, plus de 900 organisation ont organisé près de 1300 projections-débats ont été organisées en France, en Europe, en Afrique et en Amérique. Plus de 71 000 spectateurs y ont participé.

Pourquoi ?

Les objectifs opérationnels du Festival de films ALIMEN**TERRE** sont les suivants :

- donner les moyens au public de s'informer et se forger une opinion éclairée sur les enjeux économiques, politiques, sociaux et environnementaux permettant un accès à une alimentation saine et suffisante pour tous ;
- inciter à une réappropriation de la question alimentaire par les citoyens et redonner à l'alimentation sa juste valeur, en reconsidérant le travail des agriculteurs ;
- proposer des pistes d'action concrètes individuelles et collectives, pour soutenir un système alimentaire plus équitable et plus respectueux de l'environnement.

Qui ?

Le Festival de films ALIMEN**TERRE**, événement national de la campagne ALIMEN**TERRE**, est animé au niveau national par le CFSI et mis en œuvre en France, en Europe et en Afrique, par le réseau ALIMEN**TERRE**. Le CFSI est une plateforme pluriacteurs.

Quand ?

Le Festival est organisé chaque année du 15 octobre au 30 novembre. Il fêtera sa 9e édition en 2015 !

Ces dates sont importantes car c'est à ce moment que la Campagne fédère le plus d'organisateurs. De plus, elles délimitent la période négociée avec les sociétés de production pour les autorisations de diffusion des films. Avant ou après, les droits de diffusion ne sont plus les mêmes.

Quoi ?

Cette année, huit films communs à tous ont été sélectionnés, traitant des enjeux agricoles et alimentaires Nord-Sud.

Pour chaque organisateur, le Festival consiste en la création d'une programmation régionale ou locale, à destination du grand public et/ou de publics scolaires. Chaque projection est suivie d'un débat ouvert, si possible contradictoire, impliquant la mobilisation d'au moins deux intervenants et une participation forte du public.

Les projections du Festival sont aussi l'occasion de réaliser des activités supplémentaires de campagne, en journée, en particulier lors de la venue d'un partenaire de pays du Sud.

Comment ?

Le Festival est coordonné par le CFSI au niveau national et organisé de façon décentralisée avec :

- un socle commun : des valeurs, un visuel, une sélection de films, des outils de communication ;
- des spécificités locales, propres à chaque organisation membre du réseau.

Afin de soutenir les activités de campagne et le Festival de films, trois invités internationaux, dont les portraits seront proposés courant septembre, seront invités en France en novembre pendant une dizaine de jours.

Où ?

Le réseau ALIMEN**TERRE** est organisé de la façon suivante :

- des réseaux nationaux, animant leurs groupes locaux ;
- des pôles régionaux ou départementaux, assurant une mission de coordination des acteurs sur leur territoire ;
- des relais locaux, co-organisant des événements sur leur territoire.

Ces coordinations territoriales mobilisent plus de 700 acteurs locaux et assurent une animation de la campagne dans 21 régions de France métropolitaine et une région d'outre-mer.

La campagne et le Festival de films s'ouvrent également à l'international. Des organisations partenaires dans 11 pays (Belgique, Bénin, Canada, Guinée-Bissau, Guinée-Conakry, Madagascar, Pologne, République tchèque, Sénégal, Togo et Union des Comores) coordonnent la campagne.

Les relais du Festival organisent des projections/débats en cinémas, salle municipales, médiathèques, lycées, universités, etc.

Pour qui ?

Les messages et les valeurs d'ALIMEN**TERRE** visent à être diffusés largement vers :

- un grand public sensible aux thèmes du développement durable et la qualité de son alimentation ;
- un public scolaire, en particulier des lycéens, de l'enseignement général et agricole ;
- un public étudiant, en particulier les élèves ingénieurs en école d'agronomie.

Pour en savoir plus ?

Pour toute information plus précise concernant le Festival de films ALIMEN**TERRE** et son fonctionnement, l'appel à participation au Festival 2015 est téléchargeable :

http://www.festival-alimenterre.org/sites/www.cfsi.asso.fr/files/appel-a-participation-festival-alimenterre-2015-vf-20150630.pdf

LES ALLIANCES D'ALIMENTERRE 2015

Pour plus de visibilité vis-à-vis du public et de cohérence pour les militants, ALIMEN**TERRE** revendique et affiche ses alliances :



La Semaine de la solidarité internationale – 18è édition

Organisée chaque année la troisième semaine de novembre, la Semaine de la solidarité internationale est un temps fort de sensibilisation, de réflexion, de créativité et de convivialité autour des questions de solidarité internationale.

Depuis 18 ans, la Semaine de la Solidarité Internationale est un vaste mouvement populaire qui permet, dans 500 villes de France, d'en savoir plus sur l'actualité de ceux qui font progresser les droits humains. En 2015, elle offre à nouveau de s'engager aux côtés de ceux qui font vivre les solidarités.

Du 14 au 22 novembre 2015, la 18è Semaine de La Solidarité Internationale mettra en avant pendant 9 jours, à l'occasion de 7 000 événements, des solutions solidaires pour défendre les « Droits à l'essentiel ».

Depuis sa création, la campagne ALIMEN**TERRE** dénonce les causes politiques et économiques de la faim dans le monde et milite pour que le droit à l'alimentation et à la souveraineté alimentaire soient respectés. Ainsi, ALIMEN**TERRE** soutient et s'inscrit naturellement dans la Semaine de la solidarité internationale. Cette année d'autant plus, le droit à l'alimentation est bien un droit à l'essentiel !

Membre du comité de pilotage national de la Semaine, le CFSI participe à la définition des orientations et messages. Ces dernières années, les deux événements ont renforcé leur alliance. La Semaine met en avant le Festival de films ALIMEN**TERRE** comme l'un de ses principaux événements nationaux.

Dans le cadre de la 18ème Semaine de la solidarité internationale, des milliers de personnes, de tous quartiers et de tous continents, vont se mobiliser en France pour questionner un système mondial dérégulé et spéculatif ainsi que les systèmes politiques qui entravent les droits fondamentaux humains.

Tout acteur qui se reconnaît dans sa Charte peut inscrire ses actions ALIMEN**TERRE** parmi les manifestations prévues au programme de la Semaine. Pour ce faire il suffit de créer une « page acteur » sur le site de la Semaine. Logos et visuels pour valoriser cette alliance, kit de communication, conseils, ressources et contacts sont disponibles sur le site : www.lasemaine.org dans la rubrique « Monter une action ».

Réseau de magasins BIOCOOP



Biocoop rassemble plus de 350 magasins biologiques autour d'un objectif commun : le développement de l'agriculture biologique dans un esprit d'équité et de coopération.

Leader de la distribution alimentaire biologique, Biocoop s'illustre aussi par ses produits du commerce équitable et par un choix très étendu d'écoproduits et de cosmétiques. Plus qu'un simple réseau de commerçants, Biocoop souhaite aussi peser sur les choix de société et partage son projet avec d'autres acteurs : salariés, consommateurs, producteurs et partenaires.

Biocoop est avant tout un réseau d'acteurs indépendants, militants, engagés. Pour affirmer leurs principes fondateurs, les magasins Biocoop ont établi une charte sur laquelle repose l'ensemble de leurs activités. Esprit de coopération et développement d'une agriculture biologique durable, transparence et équité des relations commerciales, qualité des produits et participation des consom'acteurs sont les piliers d'un texte fédérateur pour les acteurs du réseau. Un cahier des charges composé de trois conventions - distribution, gestion, sociale - traduit cette charte en engagements pris et appliqués par les magasins.

Plus qu'un réseau de distribution alimentaire biologique spécialisé, Biocoop est avant tout un projet coopératif atypique multi-professionnel qui s'illustre par une gouvernance singulière. Le Conseil d'Administration (CA) de Biocoop est composé de 4 collèges. Y siègent, au même titre, des représentants des magasins, des représentants de groupements de producteurs, un représentant des salariés et des consommateurs. Ces représentants aux intérêts divergents, sont animés par la volonté bienveillante de coopérer, pour le bénéfice de tous. Cette organisation résolument atypique et singulière est l'illustration de l'implication de Biocoop dans la construction de liens coopératifs et durables.

Biocoop et le CFSI ont formalisé un partenariat depuis 2012 autour du Festival de films ALIMEN**TERRE**. Pour les deux parties, l'intérêt du partenariat est de rencontrer un public différent de son public habituel. Les axes de ce partenariat sont, entre autres, les suivants :

- Communication réciproque pendant la période du Festival ;
- Invitation des magasins à participer au Festival de différentes façons : communication (distribution d'affiches et de programmes), contribution au pot solidaire, intervention comme acteur du secteur de la « bio » et de l'ESS, (co)organisation de séances ;
- Participation au comité de sélection des films.

Le réseau ALIMEN**TERRE** est invité à contacter les magasins de son territoire pour leur proposer une collaboration.

« Envie de paysans ! », campagne de la Confédération paysanne

Accords de libre-échange, Politique Agricole Commune, Loi d'Avenir Agricole rythment en ce moment l'actualité nationale et internationale. Plus qu'on ne l'imagine, les politiques agricoles sont au cœur de notre quotidien et sont loin de ne concerner que les paysans. L'agriculture touche directement notre alimentation, l'environnement, les paysages et la vie dans nos campagnes. L'agriculture, c'est aussi une source d'emploi qui permet de maintenir et développer un dynamisme économique et social en zone rurale. Elle est enfin centrale, au Nord comme au Sud, pour fournir à tous une nourriture suffisante, grâce à une production locale plutôt qu'à des importations compromettant la souveraineté alimentaire. Mais l'agriculture peut avoir deux visages, celui de la dérégulation, de la mal-bouffe, des multinationales et des agro-managers ou celui des fermes à taille humaine, des campagnes vivantes, des paysans nombreux et des supers produits.

Grâce à la campagne « Envie de paysans ! », la Confédération paysanne souhaite remettre les questions agricoles et alimentaires au cœur du débat politique et citoyen, faire des politiques agricoles l'affaire de tous et réaffirmer l'importance de paysans nombreux, ici et là-bas.

Au programme 2015 : fêtes paysannes, banquets paysans, fermes en ville, colloques, etc.

L'agriculture familiale étant au cœur de la campagne ALIMENTERRE, il est intéressant de tisser des liens avec la campagne « Envie de paysans ». Pour cela, différentes choses sont possibles :

- Enrichir le panel d'intervenants et les débats qui suivront les projections avec un éclairage sur les politiques agricoles (PAC, libre échange, Loi d'avenir…) apporté par des membres de la Confédération paysanne ;
- Co-organiser des projections de films avec des acteurs locaux de la Confédération paysanne, qui soutient le film ;
- Relayer et diffuser les actualités et le programme de cette campagne sur les territoires par le biais des réseaux sociaux, sites internet et newsletters ;
- Utiliser les supports pédagogiques élaborés par la Confédération Paysanne http://www.enviedepaysans.fr/supports_pedagogiques/
- Valoriser les évènements ALIMENTERRE sur le site internet de cette campagne.

Pour contacter l'équipe de campagne :
aboursicot@confederationpaysanne.fr

Toutes les informations sur la campagne sur :

- le site : www.enviedepaysans.fr ;
- facebook / twitter : enviedepaysans.



Coalition Climat 21

Alors que la France s'apprête à accueillir le sommet des Nations Unies sur le changement climatique du 30 novembre au 11 décembre 2015, plus de 130 organisations de la société civile, des syndicats aux associations de solidarité internationale, en passant par des organisations confessionnelles, des ONG de défense des droits humains, de l'environnement ou encore des mouvements sociaux, se sont alliées au sein de la Coalition Climat 21, déclarée « Grande Cause Nationale 2015 » par l'Etat Français.

Ensemble, elles affirment que ces négociations, si elles sont une étape nécessaire, ne seront pas suffisantes pour combattre le dérèglement climatique et les inégalités qu'il entraîne, comme nous l'ont montré celles des 20 dernières années. C'est pourquoi elles appellent les citoyennes et les citoyens à profiter du rayonnement politique et médiatique de la COP21 pour s'organiser et se mobiliser largement afin de lancer ensemble un mouvement fort et durable pour la justice climatique. Ouvert à toutes et à tous, ce mouvement puise sa force dans sa diversité.

Le CFSI a adhéré à la Coalition Climat 21 et le Festival ALIMEN**TERRE** s'insère dans le cadre cette mobilisation citoyenne.

Vous pouvez vous rendre sur la page web http://coalitionclimat21.org/ pour :

- Vous informer sur les enjeux des négociations sur le climat.
- Diffuser la campagne de communication qui a pour but de sensibiliser le plus grand nombre de citoyens à l'urgence d'agir pour le climat
- Vous engager dans les temps de la mobilisation et les évènements organisés dans toute la France.
- Inscrire vos évènements dans l'agenda de la Coalition Climat 21.
- Mobiliser les citoyens à travers la participation à des groupes locaux, groupes de compétences, et groupes de causes que vous défendez.



RÉCAPITULATIF DES OUTILS IMPRIMÉS MIS A DISPOSITION

Nouveaux supports publiés pour ALIMENTERRE 2015



Alternatives Économiques

Tiré à part 2015 sur le thème « Risque climatique, défi alimentaire » Lot de 50 revues de 16 pages format 21x29,7

La livraison a eu lieu début septembre. Si vous n'avez pas commandé vos outils lors de la commande groupée de juin 2015, prenez contact avec le pôle ALIMEN**TERRE** le plus proche.

Cette publication est disponible en ligne sur le site du CFSI.

Kit de communication

Le CFSI propose un « Kit communication », estimé pour les besoins d'une séance. Il se compose de :

- 20 affiches recto-verso



Au recto : Visuel de la campagne ALIMEN**TERRE** 2015

Au verso : visuel du Festival ALIMEN**TERRE** 2015

Format A3
A personnaliser (bandeau blanc, modèle de repiquage du verso sous Word fourni sur le drive ALIMENTERRE 2015)

- 100 programmes du Festival



Présentation des 8 films du Festival avec les synopsis des films
Dépliant 3 volets (format ouvert A4 / format fini 10x21 cm)
Livré plié
A personnaliser (surimpression ou tampon)

- 20 planches de 6 flyers



Format A3
Planche de 6 flyers 10x21 cm
A personnaliser et à massicoter selon repères (modèle de repiquage du verso sous Word fourni sur le drive ALIMENTERRE 2015)

- 20 dépliants de présentation de la campagne ALIMEN**TERRE**



Présentation de la campagne ALIMEN**TERRE**, du Festival, du centre de ressources, des actions de plaidoyer, du Prix ALIMENTERRE et du réseau des relais de la campagne. Il est destiné à présenter le cadre général de la campagne aux organisations partenaires (ou futurs).
Dépliant 3 volets (format ouvert A4 / format fini 10x21 cm)
Livré plié. A personnaliser (surimpression ou tampon).

La livraison de ces outils a eu lieu début septembre 2015. Si vous n'avez pas commandé vos outils lors de la commande groupée de juin 2015, prenez contact avec le pôle ALIMEN**TERRE** le plus proche de chez vous.

En location

Exposition ALIMEN**TERRE : comprendre les causes de la faim**
8 panneaux souples de format 80x100 cm
8 panneaux pour comprendre les causes de la faim dans le monde et donner des pistes d'actions concrètes et durables pour l'éradiquer.
Accessible au grand public lors de visites libres, comme au public scolaire dans le cadre de visites pédagogiques, cette exposition est adaptée pour un public jeune de 15 à 25 ans.
Conception/rédaction : Jean-Frédéric Cambianica pour le CFSI et le réseau ALIMEN**TERRE**. Illustrations : Le Cil Vert (auteur de la BD « Braillane »).

Pour en savoir plus, visualiser l'exposition, la réserver :
http://www.alimenterre.org/ressource/nouvelle-exposition-pedagogique-alimenterre



LES OUTILS POUR COMMUNIQUER SUR LE FESTIVAL

Voici les différents outils à votre disposition pour communiquer sur le Festival de films.

	Objectif	**Public visé**	**Date de mise à disposition**	**Nature de support**	**Commentaires**
Site internet Festival	Présenter le Festival ALIMEN**TERRE** et les différentes projections organisées	Grand public		Lien internet	Mode d'emploi disponible en partie 3 du Manuel de campagne.
Flyers Festival	Informer sur une projection précise (date, lieu, heure, etc.)	Grand public	Commande début juillet – livraison début septembre	Planche de 6 flyers imprimée	A personnaliser (via phocopieuse ou repiquage chez un imprimeur/reprographe)
Programme Festival	Présenter le Festival ALIMEN**TERRE** et la sélection de l'édition en cours	Grand public	Commande début juillet – livraison début septembre	Dépliant 3 volets imprimé, livré plié	A personnaliser (via phocopieuse ou repiquage chez un imprimeur/reprographe)
Affiche ALIMEN**TERRE / Festival**	Informer sur une projection précise ou une activité ALIMEN**TERRE**	Grand public	Commande début juillet – livraison début septembre	Format A3 imprimé	A personnaliser (via phocopieuse ou repiquage chez un imprimeur/reprographe)
Bande-annonce ALIMEN**TERRE du Festival**	Présenter le Festival ALIMEN**TERRE**	Internautes, cinémas, media locaux et régionaux, partenaires institutionnels	A partir du 15 septembre, puis téléchargeable sur le site internet	Lien internet	
Bande-annonce ALIMEN**TERRE de chacun des films**	Présenter plus en détail l'un des films du Festival ALIMEN**TERRE**	Internautes, cinémas, media locaux et régionaux, partenaires institutionnels	A partir du 15 septembre, puis téléchargeable sur le site internet	Lien internet	
Visuels ALIMEN**TERRE, Festival et films**	Intégrer les visuels nécessaires dans vos propres outils de communication ou sites internet	Grand public	Envoyés mi-juillet, téléchargeables sur le site du Festival et sur le drive ALIMEN**TERRE**	Images jpg ou eps	
Mail d'annonce personnalisable	Informer largement sur l'organisation du Festival ou d'une séance	Grand public, relais locaux bénévoles	A partir du 15 septembre	Emails type	Petit mode d'emploi pour la personnalisation, modèles disponibles sur le drive ALIMEN**TERRE**

Site de téléchargement des outils et visuels ALIMEN**TERRE** 2015 (drive ALIMEN**TERRE**) : http://1drv.ms/1IeTgau

Le site internet dédié au Festival de films ALIMEN**TERRE** facilite la diffusion d'information et la communication autour du Festival. Nous comptons sur vous pour le faire vivre et l'animer ! www.festival-alimenterre.org

Vous trouverez un mode d'emploi illustré pour vous connecter et inscrire vos événements en partie 3 de ce Manuel de campagne.

CONTENU

NOTES

REVUE BIBLIOGRAPHIQUE SUR « L'AGRICULTURE FAMILIALE, L'ALIMENTATION ET LE CLIMAT »

Cette année, l'angle d'attaque de la campagne nous invite à réfléchir aux enjeux de l'agriculture, l'alimentation et le changement climatique dans le monde. Nous vous proposons ici quelques documents de référence, qui vous permettront de creuser le sujet. Cette liste n'est évidemment pas exhaustive !

Quelques ouvrages et documents

« Le business est dans le pré » - 2015

De Aurélie Trouvé

Le livre de cette ingénieure agronome, ancienne coprésidente d'Attac, commence par un bilan sans concession de notre agro-industrie actuelle : une course au rendement qui détruit les haies et les fossés, et incite à déverser en masse des engrais et des pesticides, une agriculture qui maltraite les sols, pollue les eaux et dégrade la biodiversité. Tout cela avec des investissements de plus en plus importants, qui enrichissent les gros propriétaires mais endettent et ruinent les petits, le tout dans des conditions de travail dégradées, voire illégales. Aurélie Trouvé mêle compétences et discours militant pour répondre à une question clé : quel modèle agricole voulons-nous ?

http://www.alternatives-economiques.fr/le-business-est-dans-le-pre--les-derives-de-l-agro-industrie_fr_art_1357_72171.html

« Risque climatique, défi alimentaire » - 2015

*Tiré-à-part d'Alternatives économiques, en coédition avec le CFSI dans le cadre de la campagne ALIMEN**TERRE***

L'agriculture fait figure d'accusée quand on parle climat. Elle est directement et indirectement responsable du quart des émissions globales de gaz à effet de serre. Mais elle est également une victime, quand frappent sécheresses et inondations**.** Si rien n'est fait pour réduire drastiquement les émissions, le nombre de personnes souffrant de la faim pourrait doubler d'ici à 2050, prévient le Giec. La question du climat exige de la solidarité car ce sont les plus pauvres, ceux dont l'empreinte écologique est pourtant la plus faible, qui sont les premiers touchés.

http://www.cfsi.asso.fr/actu/risque-climatique-defi-alimentaire

« Avec le chaos climatique, qui nous nourrira ? » - 2014

Etc group

Il y a environ cinquante ans, lors du premier Sommet mondial de l'alimentation qui s'est tenu en juin 1963, les Nations unies ont affirmé que « Nous avons les moyens et la capacité d'éradiquer la faim et la pauvreté de la surface de la Terre de notre vivant – tout ce qu'il nous manque, c'est la volonté de le faire. ». Depuis lors, cette phrase est devenue le mantra de tous les sommets de l'alimentation. Les gouvernements n'ont toutefois qu'une connaissance très partielle en ce qui concerne l'approvisionnement et la consommation d'aliments. Cette réalité est d'ailleurs apparue évidente en 2007, alors que les gouvernements n'ont pas été en mesure de reconnaître qu'une crise alimentaire mondiale se dessinait à l'horizon. Ce document compare les systèmes alimentaires industriel et paysan.

http://www.etcgroup.org/fr/content/avec-le-chaos-climatique%E2%80%A6-qui-nous-nourrira

Oui l'agriculture peut être compatible avec l'écologie, mais pas n'importe quelle agriculture ! – 2015

Tribune de Laurent Levard, Libération

Oui, l'agriculture peut être compatible avec l'écologie, mais pas n'importe quel type d'agriculture. Certaines formes d'agriculture contribuent lourdement au changement climatique alors que d'autres formes, et notamment l'agroécologie, y contribuent beaucoup moins et peuvent même contribuer à fixer une partie du carbone atmosphérique et donc contribuer à lutter contre le changement climatique.

http://www.liberation.fr/evenements-libe/2015/10/03/oui-l-agriculture-peut-etre-compatible-avec-l-ecologie-mais-pas-n-importe-quelle-agriculture_1396365

« Affamés de terres : Les petits producteurs nourrissent le monde avec moins d'un quart de l'ensemble des terres agricoles » - 2014

GRAIN

Aujourd'hui, il est courant d'entendre dire que les petits producteurs produisent la majorité de l'alimentation mondiale. Mais combien d'entre nous se rendent compte qu'ils le font avec moins d'un quart de la superficie agricole mondiale, et que cette part, déjà maigre, se réduit comme peau de chagrin ? Si les petits producteurs continuent à perdre l'essence même de leur existence, le monde perdra sa capacité à se nourrir. GRAIN a étudié les données en profondeur pour voir ce qui se passe réellement, et le message est limpide. Il est urgent de remettre les terres aux mains des petits producteurs et de placer la lutte pour la réforme agraire au cœur de la lutte pour de meilleurs systèmes alimentaires.
http://www.grain.org/fr/article/entries/4960-affames-de-terres-les-petits-producteurs-nourrissent-le-monde-avec-moins-d-un-quart-de-l-ensemble-des-terres-agricoles

Un scénario soutenable pour l'agriculture et l'utilisation des terres en France à l'horizon 2050 – 2014

Solagro

Afterres2050 représente un scénario soutenable pour l'agriculture et l'utilisation des terres en France à l'horizon 2050. Il a été construit par Solagro, entreprise associative qui réunit des experts, des agriculteurs et des citoyens. Il a pour but de préparer une transition perçue par la société comme une évolution positive ou un défi, et non comme une contrainte. Afterres2050 se veut désirable, crédible, compréhensible. Car la transition ne se décrète pas !
http://www.alimenterre.org/sites/www.cfsi.asso.fr/files/748_afterres2050-web.pdf

Producteurs agricoles : victimes, acteurs ou sauveurs des changements climatiques ? - 2012

Virginie Pissoort et Paul Ibrahima Thiao, SOS Faim

La question principale du rapport de SOS Faim est de déterminer le rôle de l'agriculture dans les changements climatiques actuels. L'agriculture est-elle la cause majeure des changements climatiques ou au contraire la solution ? Selon la façon dont elle est pratiquée, l'agriculture, peut être acteur responsable, victime mais aussi acteur de solution des changements climatiques.
http://www.alimenterre.org/ressource/producteurs-agricoles-victimes-acteurs-sauveurs-changements-climatiques

« Promouvoir l'agriculture familiale pour résoudre les grands défis contemporains » - 2014

Ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt et Ministère des affaires étrangères

Des politiques publiques adaptées peuvent renforcer les performances de l'agriculture familiale pour répondre aux défis mondiaux. La politique française de coopération internationale et de développement a comme priorité la promotion de l'agriculture familiale, productrice de richesse et d'emplois et respectueuse des écosystèmes. À ce titre, la France soutient des initiatives permettant à l'agriculture familiale de jouer pleinement son rôle : adoption de politiques agricoles, renforcement de l'intégration régionale, structuration des marchés agricoles, développement de filières, appui aux organisations paysannes, recherche de l'accès équitable à l'eau, sécurisation du foncier, et la lutte contre la dégradation des terres.
http://agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/agriculture-familiale_cle49c6f6.pdf

« Sociologie des mondes agricoles » - 2013

De Bertrand Hervieu et François Purseigle

L'ouvrage revient sur les grands bouleversements qui ont affecté les campagnes françaises et le métier d'agriculteur. Il analyse la place singulière et paradoxale occupée dans la société française par les agriculteurs : minoritaires mais segmentés, dispersés mais pourtant bien repérables comme force sociale et politique. Il propose enfin d'appréhender la recomposition des paysanneries dans la globalisation autour de trois pôles : la famille, la firme et la subsistance.
http://www.armand-colin.com/livre/308214/sociologie-des-mondes-agricoles.php

Des vidéos

The Change, Un Habitat, 2011
Mozambique. Un village qui vit en harmonie avec la nature est bouleversé par l'arrivée d'un mystérieux objet. Quelles en seront les conséquences pour les habitants et pour le nouvel « hôte » ? Adapté au jeune public, ce court métrage traduit en images un message complexe, en surprenant et en amusant le spectateur avec un rythme pressant et une grande richesse d'invention. Le film identifie un chemin de durabilité économique et environnementale, sans idéologie et sans refuser la modernité.
https://vimeo.com/75911282

« Changeons le commerce, pas le climat », par Artisans du Monde, 2015
A l'occasion d'une rencontre internationale sur le commerce équitable, Artisans du Monde a interviewé plusieurs agriculteurs du monde pour mieux comprendre l'impact du changement climatique sur leur système de production. ADM s'est aussi rendu en Bolivie, pour constater l'impact pour un producteur de cacao. Ce film met en avant le commerce équitable, comme alternative pour faire face au changement climatique.
http://www.artisansdumonde.org/espace-multimedia/ressources-telechargeables.html

« Collection de vidéos pédagogiques sur le climat et les enjeux écologiques », Campagne My Positive Impact, Fondation Nicolas Hulot
La Fondation Nicolas Hulot décline une série de vidéos pédagogiques mises gracieusement à la disposition de tous ceux qui souhaitent les utiliser pour illustrer leurs articles, espaces de discussion, conférences-débats… Pour toute information vous pouvez nous contacter sur contact@mypositiveimpact.org.
http://www.mypositiveimpact.org/accueil/infos/item/videos_pedagogiques-25

Des sites

Centre de ressources ALIMEN**TERRE**
http://www.alimenterre.org/

Centre de ressources du Réseau éducation à la citoyenneté et à la solidarité internationale
http://red.educagri.fr/kits-et-sequences-pedagogiques/le-climat/

Site du Forum Rural Mondial, promoteur de l'AIAF
http://www.ruralforum.net/default.asp?id=fr

Site de la campagne mondiale pour la nomination de l'AIAF
http://www.familyfarmingcampaign.net/fr/aiaf2014/campagne

Site officiel de l'AIAF 2014
http://www.fao.org/family-farming-2014/fr/

Site de l'Observatoire des initiatives françaises de l'AIAF
http://www.aiaf.resolis.org/

Site du CIRAD
http://www.cirad.fr/nos-recherches/themes-de-recherche/agriculture-familiale/definition

Site du Ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt
http://agriculture.gouv.fr/2014-Annee-internationale-agriculture-familiale

Site du ETC group
http://www.etcgroup.org/fr

ALIMENTERRE, 15 ANS DE MOBILISATION !

ALIMEN**TERRE** a fêté ses 10 ans en 2010. 10 ans d'information, de sensibilisation et de mobilisation du public pour dénoncer un système économique et une inertie politique qui entretiennent la sous-alimentation d'une personne sur 7 dans le monde. Cette 15e édition est l'occasion d'une rapide rétrospective sur les grandes étapes de la campagne. Elle témoigne du chemin parcouru ensemble.

2000-2004 : Campagnes de sensibilisation pour un « Accès à l'alimentation partout et pour tous »

Mettant l'accent sur le respect du Droit à l'alimentation, ces campagnes sensibilisent le grand public et les scolaires au travers d'un éventail d'activités éducatives et événementielles. C'est la grande période des marchés alimentaires et solidaires, avec la tenue de stands présentant les cuisines du monde. L'équipe du CFSI se mobilise fortement sur l'organisation d'un événement de deux jours, sur le parvis de la Mairie de Paris, puis à la cité des sciences et de l'Industrie (jusqu'en 2006). Les organisations membres du CFSI y tiennent des stands, présentant leurs projets.





2005-2007 : Campagnes de pétition pour la promotion de l'agriculture familiale et le respect de la souveraineté alimentaire





Dès 2005, ALIMEN**TERRE** ajoute un volet politique à son action. Les activités de sensibilisation du public et de plaidoyer auprès des décideurs politiques se rapprochent pour alerter sur la faim, dénoncer l'impact de politiques inéquitables (règles de l'OMC, PAC, APE) et mobiliser le public sur des revendications concrètes. Le CFSI se désengage peu à peu de l'événementiel pour se consacrer davantage à l'appui et au renforcement du réseau ALIMEN**TERRE**.

Fin 2007 intervient une évaluation externe d'ALIMEN**TERRE**. Elle souligne l'intérêt des pôles et relais à participer à une campagne nationale, à forte valeur ajoutée. Si les campagnes de pétition (qui rassemblent en moyenne 25 000 signatures) fournissent une accroche pour interpeller le public, elles n'aboutissent pas, sur nos thèmes, à des changements concrets faciles à valoriser. L'évaluation recommande alors de faire cheminer en parallèle les activités de sensibilisation du public et de plaidoyer et de renforcer l'identité collective de la campagne, en capitalisant davantage sur l'assiette ALIMEN**TERRE**.

2008-2014 : Campagnes pour la promotion d'une agriculture familiale durable

A partir de 2008, ALIMEN**TERRE** reprend un caractère générique. L'alimentation, plutôt que l'agriculture, est le point d'accroche privilégié. Le réseau ALIMEN**TERRE** est renforcé par un retour de l'identité visuelle (l'assiette) et la création d'un événement national, le Festival de films, qui donne plus de visibilité à la campagne ALIMEN**TERRE**.

La campagne conserve sa force, celle d'une campagne nationale au service d'une cause, portée par une grande diversité d'organisations et déclinée de façon décentralisée au travers d'un large programme d'activités.



Si la faim est loin d'être résolue, la nécessité de soutenir une agriculture familiale viable et durable a largement progressé dans l'opinion publique. Depuis quelques années, le principe de souveraineté alimentaire est même invoqué dans les discours de nos dirigeants.

En sensibilisant en 2014 environ 71 000 personnes avec ALIMEN**TERRE**, vous avez participé à cette prise de conscience collective. Pour que les promesses se traduisent en actes, il est plus que jamais utile de se mobiliser. Merci de votre participation !



En 2015, l'aventure continue. Nous comptons sur vous !

FESTIVAL DE FILMS ALIMENTERRE, LA 9E EDITION !

Si l'on regarde le chemin parcouru depuis 2007, l'événement est en progression constante. Cette dynamique est fortement portée par la croissance du nombre de séances organisées. Le Festival a permis une remobilisation du réseau associatif ALIMEN**TERRE** et s'est ouvert à l'international.

Petit retour en chiffre !

2007



- 7 films documentaires sélectionnés, classés sous 4 thèmes ;
- 5 projections/débats, sous une formule de rendez-vous (1 séance / semaine) ;
- 2 lieux parisiens, le cinéma l'Entrepôt à Paris et l'École Nationale des Arts et Métiers à Paris ;
- 2 associations organisatrices, le CFSI et ISF ;
- 330 spectateurs parisiens ;
- 11 intervenants mobilisés, dont 1 membre d'organisation du Sud ;
- Une manifestation qui plaît et permet de sortir du cercle des « convaincus ».

2008



- 5 films documentaires sélectionnés, classés sous 4 thèmes ;
- 97 séances dont 70 séances en cinéma ou salle de projection publique et 27 séances en lycée agricole ;
- 57 villes en France ;
- 40 associations organisatrices en France, impliquées en direct ;
- 8 000 spectateurs dont 5 300 spectateurs grand public et 2 700 élèves en milieu scolaire ;
- 98 intervenants mobilisés pour les débats assurant 135 interventions ;
- Un événement qui apporte un renouveau à la mobilisation militante locale et à ALIMEN**TERRE** en général.

2009



- 5 films documentaires sélectionnés, classés sous 5 thèmes ;
- 245 séances dont 1 séance d'inauguration à Paris ;
- 120 villes en France ;
- 40 associations organisatrices, impliquées en direct avec le CFSI ;
- Plus de 20 000 spectateurs ;
- Plus de 260 intervenants mobilisés dans les débats, dont 10 partenaires Sud ;
- 4 pays autres que la France: Belgique, Luxembourg, Pologne et Togo ;
- Une amélioration des outils de communication et des retombées médiatiques.

2010



- 5 films documentaires sélectionnés ;
- 400 séances, dont 60% à destination du grand public et 40% du public scolaire ;
- 200 villes dans 18 régions françaises ;
- 30 organisations coordinatrices et 400 associations organisatrices ;
- Plus de 24 000 spectateurs dont 60% grand public et 40% scolaire ;
- Plus de 260 intervenants mobilisés dans les débats, dont 6 partenaires Sud ;
- 4 pays autres que la France : Belgique, Bénin, Pologne et Togo ;
- Une mobilisation associative en hausse.

2011



- 6 films documentaires sélectionnés ;
- Plus de 520 séances ;
- 220 villes de 9 pays. En France, 21 régions métropolitaines sont touchées ;
- 44 organisations coordinatrices et plus de 630 structures organisatrices ;
- Près de 25 000 spectateurs dont 47% grand public et 53% scolaire ;
- 5 partenaires Sud mobilisés pendant 10 jours en moyenne ;
- 8 pays autres que la France : Belgique, Bénin, Burkina-Faso, Guinée-Conakry, Pologne, République tchèque, Sénégal et Togo.

2012



- 7 films documentaires sélectionnés, dont le nouveau film de Marie-Monique ROBIN « Les moissons du futur » en quasi exclusivité ;
- Plus de 660 séances ;
- 290 villes de 10 pays. En France, 22 régions métropolitaines sont touchées ;
- Plus de 600 structures organisatrices ;
- Plus de 36 000 spectateurs
- 4 partenaires Sud mobilisés pendant 10 jours en moyenne ;
- 9 pays autres que la France : Allemagne, Belgique, Bénin, Guinée-Conakry, Pologne, République tchèque, Roumanie, Sénégal et Togo.

2013



- 6 films documentaires sélectionnés ;
- Plus de 930 séances ;
- 12 pays sur 3 continents. En France, 21 régions métropolitaines et une région d'outre-mer sont touchées ;
- Plus de 700 structures organisatrices ;
- Plus de 54 000 spectateurs ;
- 3 partenaires Sud mobilisés pendant 10 jours en moyenne ;
- Plus de 58 500 visites sur le site internet dédié au Festival www.festival-alimenterre.org.

2014



- 6 films documentaires sélectionnés ;
- Près de 1300 séances ;
- 14 pays, sur 3 continents. En France, 21 régions métropolitaines et une région d'outre-mer sont touchées ;
- Plus de 900 structures organisatrices ;
- Plus de 71 000 spectateurs ;
- 13 pays autres que la France : en Allemagne, en Belgique, en Italie, en Pologne, en République Tchèque, au Canada, au Bénin, au Burkina-Faso, à Madagascar, au Maroc, au Sénégal et au Togo et dans l'Union des Comores.

2015

Pour que le Festival continue à se développer en 2015, c'est à vous de jouer !

PORTRAITS DES INVITES INTERNATIONAUX 2015

Chaque année, dans le cadre de la campagne ALIMEN**TERRE**, plusieurs invités internationaux viennent témoigner de leurs expériences, pendant une quinzaine de jours à travers la France, lors d'activités de la campagne : projection/débat du Festival de films, marché solidaire, intervention scolaire, etc. Il s'agit d'un des moments forts de la Campagne ALIMEN**TERRE**. En 2015, le CFSI a invité 5 intervenants originaires d'Afrique et Amérique latine pendant la période du Festival de films.

Au vue de l'évolution du Festival ALIMEN**TERRE**, le CFSI propose cette année une nouvelle organisation de la tournée des intervenants, pour mieux satisfaire toutes les demandes de ses pôles et relais. La France est coupée en cinq territoires, définis en fonction du nombre d'actions ALIMEN**TERRE** coordonnés par les pôles et relais en 2014, des nouvelles régions, et de la couverture des transports en commun. La tournée de chaque intervenant est à découvrir dans son portrait :

Portrait d'Awa THIANDOUM, Sénégal

Agricultrice et membre du Réseau des Femmes en Agriculture Biologique et Commerce Equitable (REFABEC)



Awa Thiandoume est fille d'agricultrice. Elle a grandi à Thiès, un des plus grands centres urbains du Sénégal situé à 70 km à l'Est de Dakar. Après des études de géographie, elle se forme à l'agriculture et à **la transformation de produits agricoles** au sein d'une Maison Familiale Rurale. C'est lors d'un stage en aviculture et en élevage laitier qu'elle a l'opportunité de se rendre pour la première fois en France en Champagne Ardennes.

Après avoir collaboré au sein d'une organisation de producteurs, elle devient assistante technique au sein de la Maison Familiale Rurale de Notto Diobass, à 12km de Thiès, puis Directrice de son centre de formation. Elle travaille depuis 2012 au sein du Réseau des Femmes en **Agriculture Biologique et Commerce Equitable** (REFABEC), partenaire du CFSI dans le cadre de son programme PAFAO « comment l'agriculture familiale durable peut nourrir les villes ? ».

Awa Thiandoume a l'habitude de faire de la **sensibilisation et de la formation** notamment à un public de jeunes. Militant pour des **pratiques agricoles durables et saines**, Awa pourra partager sa connaissance fine de l'agriculture biologique**.** Elle apportera son regard sur la réalité des agriculteurs sénégalais, sur l'importance des organisations paysannes pour défendre les intérêts des agriculteurs, notamment des femmes, et sur l'enjeu de nourrir les villes sénégalaises dans les prochaines années.



Zone géographique de la tournée : Basse-Normandie, Haute-Normandie, Nord-Pas-de-Calais, Picardie.

Intervention de préférence après les films :

« **Palme : une huile qui fait tache** »
Le palmier à huile n'est pas seulement cultivé en Asie. Originaire d'Afrique, cette culture de rente a pris son essor sur ce continent suite au boom de la production dans les pays asiatiques. Son huile est traditionnellement utilisée par les familles africaines pour la préparation des aliments. Le Sénégal n'est pas connu pour sa production de palmiers à huile, mais produit d'autres cultures de rentes comme l'arachide et le coton. Awa Thiandoume pourra à la fois témoigner de l'importance de l'huile de palme dans l'alimentation des familles, ainsi que des cultures de rente dans son pays.

« **Ceux qui sèment** »
L'expérience de l'intervenante en gestion des entreprises familiales permettra de montrer que l'agriculture paysanne sénégalaise n'est pas ancrée dans le passé, mais est à la fois moderne, productive et durable, un point de vue défendu par le film notamment en Equateur. Elle apportera aussi son point de vue sur l'importance des circuits-courts pour nourrir les villes africaines et défendre l'agriculture paysanne, en donnant l'exemple du projet du REFABEC soutenu par Autre Terre et le CFSI à travers le programme PAFAO.

« **Les Liberterres** »
L'expérience d'Awa Thiandoume en agriculture biologique, en transformation et en valorisation des produits en circuit-court permettra de compléter le portrait des 4 agriculteurs européens dressés par le film. A l'image des actions de solidarité internationale menées par Rémi au Burkina Faso, l'intervenante pourra aussi partager l'expérience du réseau REFABEC soutenu par Autre Terre et le CFSI.

« **Et maintenant nos terres** »
Awa Thiandoume connait la réalité de l'accaparement des terres par sa propre expérience d'agricultrice au Sénégal, un des pays présentés dans le film, et par son contact direct avec les agriculteurs sénégalais touchés par ce phénomène. Son engagement militant apportera un point de vue féminin au problème de l'accès des femmes au foncier, mentionné par l'association Enda Pronat dans le film.

D'autres interventions sont possibles, notamment autour du documentaire « **9.70** ». En effet, Awa Thiandoume pourra parler de la place des semences au sein de l'exploitation familiale au Sénégal, et expliquer de quelle manière les agriculteurs sénégalais seraient affectés si une telle résolution arrivait à être prise dans le cadre d'une ouverture commerciale de son pays.



Portrait de Sergio MORENO RUBIO, Colombie



Sergio Moreno Rubio, Colombie
Chercheur-analyste et politologue à ILSA

Sergio Moreno Rubio est né à Bogota en Colombie. Aujourd'hui, il est politologue et candidat pour une thèse en histoire à l'Université Nationale. Il mène des travaux de recherche dans le domaine de l'histoire de la classe ouvrière, le conflit social, la construction sociale des territoires en tension et les mouvements sociaux liés à la lutte pour la terre.

Depuis 2008, il investit ses travaux de recherche à l'Institut Latino-américain pour une Société et un droit Alternatif (ILSA[1]), dans le but d'accompagner et de renforcer les processus et les organisations populaires, et plus particulièrement les associations de paysans, les peuples indigènes et afrodescendants, les femmes et les victimes du conflit armé en Colombie.

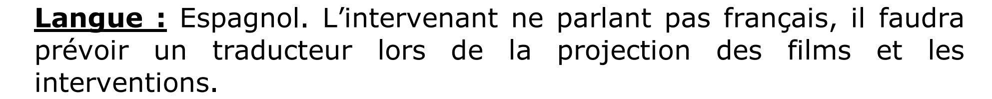
L'organisation promeut une compréhension et une pratique critique du droit qui permet de rendre concrètes des actions de défense et d'exigibilité des droits. Au sein de cet institut, Sergio Moreno Rubio coordonne l'Observatoire des processus et des conflits socio-territoriaux.

Il enseigne de manière ponctuelle, et est l'auteur de nombreuses publications notamment sur les conflits liés à la terre mais aussi sur les marchés paysans, l'agriculture, la sécurité et souveraineté alimentaire en Colombie.



<u>Zone géographique de la tournée :</u> Ile de France (coordonnée par le CFSI), Provence-Alpes-Côte d'Azur, Rhône-Alpes, Auvergne.

<u>Langue :</u> Espagnol. L'intervenant ne parlant pas français, il faudra prévoir un traducteur lors de la projection des films et les interventions.



<u>Intervention de préférence après les films :</u>

« **Et Maintenant Nos Terres** »
Les accaparements de terres sont la source de nombreux conflits fonciers dans le monde, et principalement en Afrique, en Amérique-Latine et en Asie du Sud-Est. L'intervenant pourra faire une comparaison avec la situation en Colombie et en Amérique-Latine : caractéristiques du phénomène, problème des agrocarburants, exploitations minières, emprise de l'agro-industrie, conflit armé en Colombie, et consultation des populations locales, etc.

« **9.70** »
Sergio Moreno Rubio n'est pas spécialiste des politiques commerciales mais il pourra apporter son analyse de l'impact de l'application du traité de libre-échange entre la Colombie et les Etats-Unis sur l'agriculture paysanne, et raconter de quelle manière la société civile colombienne s'est mobilisée.

L'intervenant peut également intervenir après les films « **Ceux qui sèment** » et « **Liberterres** », grâce à ses travaux de recherche sur l'agriculture paysanne et les marchés de producteurs. En effet, il pourra partager l'expérience impulsée par ILSA pour mettre en place et pérenniser des marchés de producteurs à consommateurs à Bogota. Il pourra aussi intervenir dans le cadre du film **« Palme, une huile qui fait tâche »**, le développement des cultures de rente étant important en Colombie, notamment les agrocarburants et le palmier à huile.

[1] Instituto Latinoamericano para una Sociedad y un Derecho Alternativos (ILSA)

Portrait de Famara Karfa DIALLO, Sénégal



Famara Karfa DIALLO, Sénégal
Chargé d'appui à la commercialisation à Enda Pronat

Famara Karfa Diallo est né à Dakar au Sénégal. Après des études d'entreprenariat et gestion des entreprises, il s'est progressivement engagé dans le milieu associatif avec Enda Pronat, soutenue par le CFSI à travers son Programme PAFAO « Comment l'agriculture familiale durable peut nourrir les villes ? ».

Cette association sénégalaise s'engage depuis bientôt 20 ans dans la promotion de l'**agro-écologie**, et contribue au renforcement des capacités des populations pour aller vers la **construction de plaidoyers** par des coalitions au niveau national et sous-régional. Famara Karfa Diallo est devenu chargé de la **commercialisation des produits sains et bio-équitables** des organisations partenaires d'Enda Pronat. A côté de son engagement à Enda, il est également chargé de mission au Burkina et au Mali avec l'association Cooperation for Fair Trade in Africa (COFTA), avec laquelle il évalue les possibilités de création de réseaux nationaux des acteurs du **commerce équitable**.

Avec sa connaissance des pratiques agro-écologiques, son expérience dans les **circuits-courts de commercialisation** et dans la mise en place de coopératives et unités de transformation, Famara Karfa Diallo a une vision d'ensemble des enjeux agricoles et alimentaires, qu'il met à contribution du tissu associatif sénégalais et lors de conférences en Europe et en Afrique.

Zone géographique de la tournée : Poitou-Charentes, Limousin, Midi-Pyrénées, Languedoc-Roussillon, Aquitaine.

Intervention de préférence après les films :

« **Palme : une huile qui fait tache** »
L'Indonésie représente près de 90% de la production mondiale d'huile de palme, mais on entend peu souvent parler des autres producteurs comme certains pays africains. Grâce à son expérience dans le commerce équitable, Famara Karfa Diallo connait bien les filières durables d'huile de palme sénégalaises. Son intervention viendra compléter le film qui n'aborde que la situation en Indonésie.

« **Kit « Oh la vache !** »
La poudre de lait s'exporte en quantité importante dans de nombreux pays africains où elle vient court-circuiter le développement des filières locales. A ce sujet, l'association Enda Pronat contribue à enrichir un dialogue ouvert et inclusif sur les opportunités et menaces de l'Accord Partenariat Economique entre l'UE et l'Afrique de l'Ouest.

« **Roumanie, éleveurs porcins à terre** »
Le discours de Famara Karfa Diallo sera intéressant pour comparer et établir des liens entre la situation des petits producteurs de Roumanie et d'Afrique de l'Ouest, qui ne sont pas soutenues par l'Etat et développent d'autres alternatives.

« **Ceux qui sèment** »
Famara Karfa Diallo défend comme dans ce film : une agriculture familiale, durable et paysanne. Il connaît bien la thématique car il a déjà créé une coopérative dirigée par les organisations paysannes des exploitations familiales sénégalaises.



Portrait de Douba Arsene KONATE, Burkina-Faso

Douba Arsene KONATE, Burkina-Faso
Chargé de programme et de suivi évaluation à INADES-Formation



Douba Arsene Konate est né à Nouna au Burkina-Faso, à 300 km de Ouagadougou où il a fait ses études. Après un master de « Développement local, gestion des collectivités territoriales et locales », il a travaillé pour le milieu associatif et des bureaux d'études sur les thèmes du développement local, l'agriculture familiale, la microfinance, et l'entrepreneuriat des jeunes.

Il a notamment été chargé de programme pour la Chambre Régionale d'Agriculture de la Région de l'Est du Burkina, puis aujourd'hui pour l'Institut Africain pour le Développement Economique et Social (INADES-Formation/Burkina). Il a participé aux célébrations de l'année internationale de l'agriculture familiale au Burkina et est le point focal de la campagne « Cultivons » coordonnée par OXFAM au Burkina Faso.

Actuellement, il est également membre du cadre de concertation des organisations de la société civile sur les changements climatiques, où il participe à l'élaboration d'une position commune des organisations de la société civile du Burkina Faso, en vue de contribuer à influencer les décisions pendant la COP21.

Il a une bonne capacité d'analyse et de transmission, pour avoir animé plusieurs séminaires et ateliers sur différents thèmes en lien avec l'agriculture familiale et les politiques agricoles.

Zone géographique de la tournée : Bourgogne, Franche-Comté, Alsace, Lorraine, Champagne-Ardenne, Centre.

Intervention de préférence après les films :

« **Et Maintenant Nos Terres** »
Grâce à ses connaissances en gestion des collectivités territoriales et locales, et son contact quotidien avec les agriculteurs burkinabés, l'intervenant pourra parler de l'évolution du phénomène d'accaparement des terres dans son pays. INADES-Formation participe également à une recherche sur les acquisitions massives de terres en Afrique de l'Ouest.[2]

« **Ceux qui sèment** »
Douba Arsene Konate sera en capacité d'intervenir pour enrichir le film avec le cas burkinabé, grâce à sa bonne maîtrise de la problématique liée aux enjeux de développement du secteur agricole au Burkina, et grâce son expérience à INADES, point focal de la campagne de l'Année Internationale de l'Agriculture familiale au Burkina.

« **9.70** »
Les traités de libre-échanges se multiplient aux quatre coins du monde. Les conséquences se répètent. Douba Arsene Konate pourra faire une comparaison avec la Nouvelle Alliance du G7 pour la Sécurité Alimentaire et la Nutrition (NASAN), dont le but affiché est de permettre de sortir 50 millions d'africains de la pauvreté en associant les grandes multinationales du secteur agricole à la lutte contre la malnutrition. INADES-Burkina est également membre d'une Coalition pour la **Protection du Patrimoine Génétique Africain** (COPAGEN).
Il pourra par ailleurs participer aux interventions autour des enjeux du changement climatique.

[2] A travers son investissement dans la Coalition pour la Protection du Patrimoine Génétique Africain (Copagen), née en 2004, à l'instigation d'INADES-formation et d'Acord, ONG panafricaines, ainsi que du mouvement béninois Jinukun.

Portrait de Jean Merlin ETOBE, Cameroun



Jean Merlin Basile ETOBE, Cameroun
Coordinateur à Ingénieurs Sans Frontières - Cameroun

Jean Merlin Etobe est né à Yaoundé, capitale politique du Cameroun. En tant qu'ingénieur agronome, spécialisé en génie rural, Jean Merlin Etobe travaille depuis 16 ans dans le **développement rural**. Il commence sa carrière dans le domaine de l'**approvisionnement en eau des populations rurales**, continue dans la vulgarisation agricole et le renforcement des capacités des organisations de productrices agricoles et atterrit dans la **professionnalisation des agricultures familiales**. Ainsi, il a participé à l'élaboration et la coordination de nombreux projets agricoles. Son dernier en date est un projet d'appui à l'agriculture durable pour l'autopromotion des populations rurales de sa région.

Il est un passionné des agricultures familiales sur lesquelles il prépare un coffret de 5 guides portant sur la professionnalisation des agricultures familiales. Parallèlement à ses occupations professionnelles, il anime des séminaires au département du génie rural de la faculté d'agronomie et des sciences agricoles dans une université et est formateur dans une école technique d'agriculture au Cameroun.

<u>**Zone géographique de la tournée :**</u> Bretagne, Pays de la Loire.

<u>**Intervention de préférence après les films :**</u>

« **Palme : une huile qui fait tache** »
L'Indonésie représente près de 90% de la production mondiale d'huile de palme, mais on entend peu souvent parler des autres producteurs comme certains pays africains. Grâce à son expérience d'ingénieur agronome, Jean Merlin Etobe connait bien l'huile de palme camerounaise. Son intervention viendra compléter le film qui n'aborde que la situation en Indonésie.

« **Ceux qui sèment** »
L'intervenant est un expert en agriculture familiale rurale très au fait des enjeux de la souveraineté alimentaire. Il est également originaire d'un des pays mentionnés dans le film.

« **Liberterres** »
Grâce à son expérience avec Ingénieurs Sans Frontières, Jean Merlin Etobe pourra venir appuyer l'engagement dans la coopération Nord-Sud de Rémi, éleveur de chèvres en Flandre belge et formateur de jeunes agriculteurs africains aux méthodes d'élevage et d'agriculture durables. Par ailleurs, ses connaissances en agriculture durable et son soutien aux élevages non conventionnels ont pleinement leur place dans le film.

« **Et Maintenant Nos Terres** »
Même si Jean Merlin Etobe n'est pas un spécialiste de l'accaparement des terres, il a suivi de près la situation du Cameroun, mentionnée dans le film et pourra compléter le film avec les faits récents.

ORGANISATION ET SUIVI DU FESTIVAL DE FILMS

Pour vous aider à préparer les débats et à animer les séances, nous vous proposons les sept outils suivants.

- **Guide d'utilisation du site internet** www.festival-alimenterre.org : Ce site internet spécialement dédié au Festival de films ALIMEN**TERRE** permet d'augmenter la visibilité nationale de l'événement, mais également celle de votre structure, en tant que coordination territoriale de l'événement. Il est destiné aux spectateurs, qui souhaitent connaître les dates et lieux de projection près de chez eux, mais aussi aux nouveaux acteurs qui veulent des informations pour organiser une projection. Il est donc indispensable que ce site soit actualisé et complet. Pour cela, nous avons besoin de vous ! Toutes les étapes d'inscription des structures et des événements sur le site sont détaillées en images et en couleurs dans le guide d'utilisation. A vos claviers !

- **Une fiche pédagogique par film**. Elles rappellent le synopsis du film et les principaux thèmes du film, présentent le réalisateur, évoquent des questions de débats, proposent des références bibliographiques pour approfondir le sujet du film. Ces fiches sont en cours d'élaboration, avec un double travail réalisé par le CFSI et des groupes de pôles et relais, chargés chacun de visualiser un film et de porter un regard critique dessus. Un travail de restitution est prévu lors de la formation nationale du réseau ALIMEN**TERRE** en septembre à Sées, à l'issue duquel ces fiches seront finalisées et transmises au réseau par mail. Elles seront également téléchargeables sur le site internet du Festival.

- **Un répertoire des intervenants potentiels**. Envoyé par courriel au réseau ALIMEN**TERRE**, c'est un tableau Excel difficilement insérable dans un fichier Word. Il est disponible en version électronique, lisible et fonctionnelle, en écrivant à : alimenterre@cfsi.asso.fr. Le tableau regroupe des spécialistes intéressés par le Festival de films ALIMEN**TERRE**, qui participeront volontiers, dans la mesure de leur disponibilité. C'est à vous de les contacter directement et de voir s'ils peuvent se libérer pour une projection donnée. Le document se compose en 2 onglets :
  - Onglet 1 : personnes-ressources selon des thématiques liées aux grands enjeux agricoles et alimentaires ;
  - Onglet 2 : réalisateurs ou responsable de la production des 6 films sélectionnés en 2014.

  Il se présente avec des listes déroulantes et des mots-clés par thématique d'intervention. Naturellement, cette liste est non exhaustive et surtout incomplète !!! Il nous manque certaines informations concernant les conditions particulières de leurs interventions (contraintes géographiques, rémunérations, etc.). N'hésitez pas à nous faire part de ces éléments lorsque vous contactez l'un de ces intervenants, afin que nous puissions améliorer ce tableau.
  Enfin, si vous souhaitez partager d'autres contacts d'intervenants avec le réseau ALIMEN**TERRE**, envoyez-nous les informations complètes, nous actualiserons ce tableau régulièrement.

- **Une fiche sur le déroulement de séance**. Elle suggère un déroulé pas à pas d'une séance type. Elle sert de « pense-bête », en particulier pour des organisateurs qui participent pour la première fois au Festival.

- **Une fiche sur l'animation de débat**. A deux reprises, en 2008 et 2009, le CFSI a sollicité l'intervention d'une sociologue lors de la formation nationale du réseau, afin d'apporter des éléments en matière d'animation de débats. Des échanges et des restitutions d'expérience très riches avaient eu lieu entre les pôles et relais ALIMEN**TERRE**. Cette fiche jointe synthétise donc les différents enseignements sur le rôle de l'animateur et la préparation des débats.

- **Une boîte à outils sur l'animation de débats**. C'est un tableau Excel difficilement insérable dans un fichier Word. Il est disponible en version électronique, lisible et fonctionnelle, en écrivant à : alimenterre@cfsi.asso.fr. Elle présente par fiches différents outils permettant de faciliter l'animation d'un débat, en fonction du type de public et de la

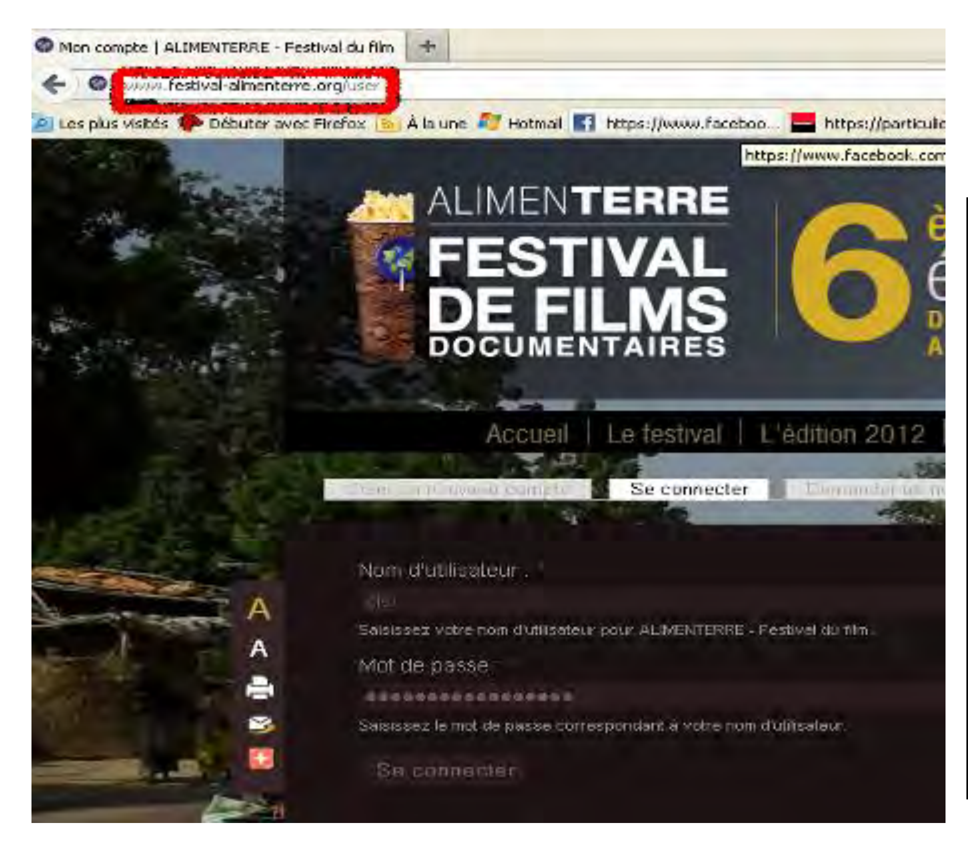
configuration de l'espace. Elle a été construite collectivement lors de formation nationale du réseau ALIMEN**TERRE** des 8 et 9 septembre à Besançon. Naturellement, cette liste est non exhaustive et surtout incomplète !!! N'hésitez pas à nous envoyer des propositions.

- **Le formulaire de bilan de projection**. Le CFSI réalise un suivi de l'ensemble des séances. D'une part pour rendre compte aux sociétés de productions et réalisateurs du nombre de séances effectivement réalisées ; d'autre part pour recueillir quelques éléments qualitatifs et quantitatifs permettant ensuite de dresser un bilan général de l'événement. Il est indispensable que tout organisateur du Festival remplisse ces fiches, la semaine suivant la projection et l'envoie au CFSI.

Guide d'utilisation du site www.festival-alimenterre.org

Adresse du site pour le grand public
www.festival-alimenterre.org

Adresse pour l'administration du site
http://www.festival-alimenterre.org/user



1- Entrer l'adresse d'administration du site

2- Entrer son **nom d'utilisateur** (login)

3- Entrer son **mot de passe**

Cliquer sur se connecter

NB : si vous n'avez pas encore de nom d'utilisateur ou que vous avez égaré vos données, envoyez un message à : alimenterre@cfsi.asso.fr

Pour créer sa fiche « Relai » du Festival



1- Aller à l'adresse de l'espace d'administration du site

2- Se connecter avec nom d'utilisateur et mot de passe

3- Cliquer sur la **clé à molette** en haut de l'écran à gauche. Cela fait apparaître la boite à outils !

Cliquer sur la clé



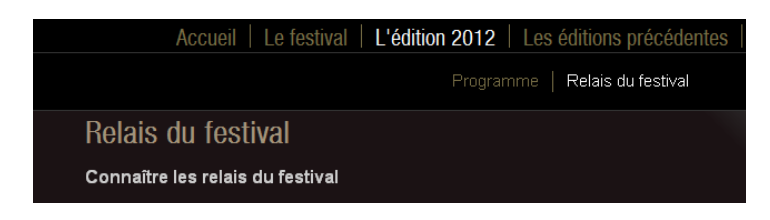
1- Dans la boîte à outils, cliquer sur **« Créer un contenu »**, puis sur **« Fiche Pôle et relai »**.

2- Remplir les différents champs et ne pas oublier de **TOUT ENREGISTRER** !

NB : Les champs avec astérisque rouge sont **OBLIGATOIRES** !

Enregistrer Aperçu

Pour modifier une fiche pôle et relai



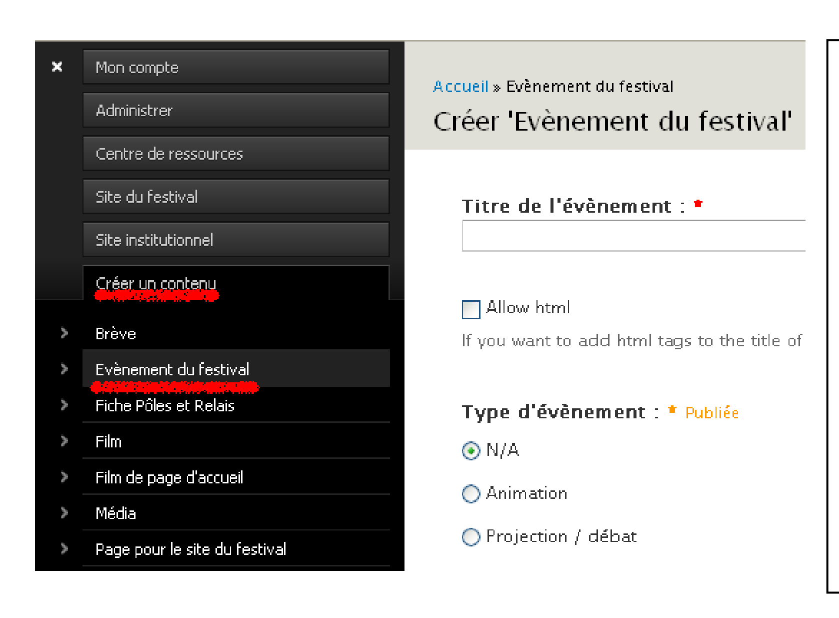


1- Se connecter à l'adresse d'administration

2- Aller à **Relais du festival** / France / Votre région

3- Cliquer sur la fiche concernée et Cliquer sur « Modifier »

Pour créer un évènement



1- Dans la boîte à outils, cliquer sur **« Créer un contenu »,** puis sur **« Evènement du festival »**

2- Remplir les différents champs

3- Ne pas oublier de **TOUT ENREGISTRER et PUBLIER** !

NB : Les champs avec astérisque rouge sont **OBLIGATOIRES** !

Pour modifier un évènement



1- Se connecter à l'adresse de l'espace d'administration

2- Aller à **« Connaître les dates et les lieux »**, chercher son événement.

3- Cliquer sur la fiche concernée

4- Cliquer sur « Modifier »

Pour gérer votre compte



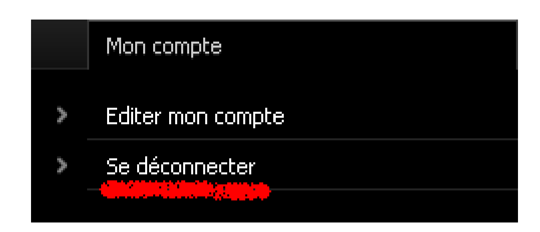
1- Dans la boîte à outils, aller à **« Mon compte »**

2- Cliquer sur **« Editer mon compte »**

3- Vous avez accès à trois onglets :
- **Compte** : pour modifier des informations liées à votre compte, essentiellement votre mot de passe ;
- **Fiche Pôles et Relais** : accès à votre fiche « Pôles et Relais » ;
- **Informations personnelles** : pour modifier le nom du référent du compte ;



Pour se déconnecter



Dans la boîte à outils :

Aller sur **« Mon compte »**

Cliquer sur **« Se déconnecter »**

Pour toute question complémentaire

La notice d'utilisation complète élaborée par le prestataire informatique, concepteur du site est téléchargeable sur le lien suivant :
https://skydrive.live.com/?cid=0F1651F14E91EE0E&id=F1651F14E91EE0E!755

Le CFSI peut répondre à vos questions : basquin@cfsi.asso.fr

Fiches pédagogiques par film

Elles sont téléchargeables sur le site internet du Festival, à la rubrique « L'édition 2015 », sur chaque page de film :
http://www.festival-alimenterre.org/edition-2015/programme

Répertoire des intervenants potentiels

C'est un tableau Excel difficilement insérable dans un fichier Word. Il est disponible en version électronique, lisible et fonctionnelle, en écrivant à : alimenterre@cfsi.asso.fr.

Suggestion de déroulement de séance

Entrée des spectateurs

A la billetterie ou à l'entrée

Distribution d'un programme et d'un Alternatives Économiques en même temps que les billets.

Dans la salle de projection

Introduction de la séance

Diffusion de la bande-annonce générale du Festival (ou juste avant la projection)

Introduction par l'animateur

Présentation du contexte

« Selon la FAO, la faim a reculé dans le monde, passant de 868 millions de personnes en 2010 à 842 millions en 2013. Mais elle stagne encore sur le continent africain, où 1 habitant sur 4 souffre encore de la faim. Et elle n'est pas une exclusivité des pays en développement : en France, plus d'un adulte sur dix vit dans un foyer en situation d'insécurité alimentaire pour raisons financières.

Contrairement à une idée reçue, la faim ne résulte pas d'une pénurie de nourriture car la production mondiale est suffisante. Elle est la conséquence de la pauvreté qui prive ses victimes des moyens d'acheter les aliments nécessaires ou d'accéder aux moyens de production (terre, eau, semences, etc.). Paradoxalement, ce sont les paysans, producteurs de nourriture, qui rencontrent le plus de difficultés à se nourrir.

Le Festival ALIMENTERRE 2014 s'inscrit dans le cadre de la mobilisation autour du Climat, en raison de l'organisation de la Conférence des Parties sur le Climat en décembre à Paris. Le Festival mettra en débat les modèles agricoles et alimentaires de nos sociétés face au défi du changement climatique.

Présentation du Festival ALIMENTERRE

Ce Festival a pour objectif de nourrir la réflexion et d'alimenter le débat autour de sujets d'actualité liés à l'agriculture et l'alimentation, au Nord et au Sud.
Partout où il a lieu, il consiste en la projection de documentaires suivie de débats avec vous (public) et avec l'éclairage d'intervenants. 8 films ont été choisis cette année dont {titre du film} que nous voyons ensemble ce soir.
En 2014, ce sont près de 1200 projections débats organisées entre le 15 octobre et le 30 novembre principalement en France, mais aussi en Afrique de l'Ouest et dans d'autres pays européens.
A {ville ou région de l'organisateur}, {nombre de séances} vous seront proposées.
L'ensemble du programme est disponible sur www.festival-alimenterre.org.

Présentation de votre structure et du CFSI

{Nom de votre structure} que je représente, s'est associée au Comité Français pour la Solidarité Internationale (CFSI), coordinateur national de ce Festival, pour vous proposer cette soirée.
{Nom de votre structure}, c'est …
Le CFSI est une ONG dont la mission est de lutter durablement contre la faim et la pauvreté. Concrètement, le CFSI agit au Sud, avec le soutien de projets de développement. Il agit au Nord avec une action de plaidoyer en direction de nos décideurs et avec des actions d'information et de sensibilisation en direction du grand public, dont ce Festival.

Présentation générale de la soirée

Tout de suite après la projection du film, nous lancerons le débat en présence de nos {nombre} intervenants de ce soir. Il me reste à vous souhaiter une bonne projection et une très bonne soirée.

Projection du film

Pour limiter le risque de mauvaises surprises, la copie du film doit avoir été testée en conditions réelles avant la séance. Le DVD est un support fragile. Lors des séances grand public, l'idéal est d'avoir une copie de secours. Attention à vérifier au préalable la synchronisation avec le projectionniste (projection de la bande annonce, rallumage des lumières, introduction par l'animateur, lancement de la projection, rallumage de la salle…).

Le débat

Voir la fiche suivante sur l'animation de débat.
Le CFSI souhaite également élargir le répertoire des intervenants potentiels. Merci de nous envoyer les noms, missions et coordonnées électroniques de vos intervenants pertinents.

Bilan de la séance et relevé de phrases choc

Comme les années précédentes, nous souhaitons continuer l'expérience du relevé des phrases chocs, issues des débats. Ces phrases sont ensuite réutilisées dans les comptes rendus ou la communication du Festival. Un bénévole est chargé du relevé des « phrases-choc ». Il s'agit de la citation exacte d'un propos d'intervenant ou d'une personne du public. Pour permettre leur utilisation, ces phrases sont à faire valider dès la fin de la séance auprès des personnes concernées.

La fiche de bilan de séance est à envoyer dès le lendemain au CFSI (voir dernière fiche pratique).

Micro-trottoir, photos et petites vidéos

Nous souhaitons vivement cette année récupérer davantage de retours visuels et animés. Pour cela, différentes options sont possibles. Micro-trottoir pour recueillir l'avis de spectateurs après les séances, photos, mini-interviews d'intervenants… L'identification dans votre réseau d'un ou deux bénévoles dédiés, à l'aise sur la réalisation de ce type d'outils, est la principale condition de réussite.

Fin de la séance

C'est l'occasion de rappeler les séances qui suivent (distribution de flyers et/ou programme Festival), de proposer des documents pour aller plus loin (Centre de ressources en ligne ALIMEN**TERRE** www.alimenterre.org, table de documentation avec le tiré à part d'Alternatives Économiques, pétitions liées ou prospectus concernant des solutions locales (AMAP, etc.).

Les expériences de buffet équitable ou soupe paysanne suivant la projection fonctionnent en général très bien et permettent une poursuite du débat jusque sur le trottoir…

L’animation de débats

La place et le rôle de l’animateur-trice

- Ni expert, ni militant, il ou elle doit adopter une posture de distanciation en regard du contenu des échanges et de ses propres préjugés et partis-pris ;
- Il/elle assume un rôle de facilitation dans la mise en place du débat. Il est directif sur la forme mais pas sur le fond ;
- Il/elle affiche une bienveillance sans complaisance à l’égard des intervenants et du public (respect de la parole et de leur capacité à s’exprimer) ;
- Il/elle est responsable de l’atmosphère du débat. S’il vient en aide à un intervenant en difficulté, (relance, reformulation), il « sauve » le débat ;
- Pour se concentrer sur son rôle, il/elle doit être totalement déchargé des autres préoccupations (technique, logistique…) ;
- Appartenant à la structure organisatrice, il/elle introduira plus facilement la manifestation et sa propre structure ;
- A l’inverse, le recrutement d’un animateur extérieur (comme un journaliste) donne plus de « cachet » mais nécessite un « briefing » en amont et une introduction assurée par l’organisateur.

La préparation du débat

Phase fondamentale, elle conditionne la réussite du débat.

Les intervenants et le thème

- L’animateur-trice doit connaitre les intervenants (quels sont leurs travaux, publications, quels positions et arguments ?) ;
- Il/elle échange avec eux (les grandes lignes de leur intervention, les règles du jeu du débat, leur présentation dans les outils de communication) lors d’une discussion informelle, un échange écrit, ou une rencontre collective (ou non) avant la séance ;
- L’intervenant(e) décide lui-même s’il souhaite voir le film au préalable. Les réalisateurs n’assisteront pas à la projection de leurs propres films qu’ils connaissent déjà par cœur. La projection est alors l’occasion d’un temps avec eux ;
- L’animateur doit avoir en tête quelques questions fondamentales à aborder, en lien avec le film et les thèmes de la campagne ;

L’organisation logistique

- La salle doit être dotée au minimum de deux micros (un pour le public, un pour la scène) et de tout l’équipement nécessaire à la projection de films ;
- Plusieurs options d’organisation : des intervenants assis autour d’une table sur une estrade ou non (confort, débat sérieux et formel mais plus de distance avec la salle) des intervenants debout, adossés ou assis sur l’estrade (débat moins formel, ambiance plus décontractée) ou encore assis, sans table ou avec une table basse ;
- L’animateur ne doit pas être collé ni au public ni aux intervenants. Il doit pouvoir prendre du recul, de la distance ;
- Il connaît la salle et le matériel qu’il va manipuler, ce qui le sécurisera ;
- La durée moyenne des débats est comprise entre 1h et 1h30. La réservation de la salle doit être prévue en conséquence sous peine de frustrer le public.

Le déroulement du débat

- En début de séance, l’animateur invite les intervenants à le rejoindre sur l’estrade. Deux options :
  - les intervenants ont 3 minutes chacun pour se présenter et délivrer leurs impressions du film.
  - ou l’animateur présente les intervenants en quelques mots puis donne la parole à la salle.
- Les exposés d’intervenants sont déconseillés (manque de dynamisme, public inactif) ;
- l’animateur donne une série de consignes établissant les règles : organisation de la soirée, temps de parole, questions du public et thème du débat ;
- Il peut lancer sous forme de clin d’œil : « N’oubliez pas de rallumez vos portables en sortant de cette salle… » ;

- Pour lancer le débat avec une salle peu réactive : faire une note d'humour, faire appel à un complice pour poser la première question, poser soi-même (l'animateur) la première question ;
- L'animateur est à l'écoute du public pour ne pas brider le débat. Il laisse les sujets s'enchaîner librement, tout en gardant la possibilité d'ouvrir le débat sur un autre thème encore non traité ;
- Il/elle relance le débat par des questions préparées à l'avance ou des reformulations, il effectue des synthèses intermédiaires ou de transition ;
- Sous peine de perdre sa crédibilité vis-à-vis du public, l'animateur ne doit pas hésiter à couper un intervenant pour lui demander d'être plus synthétique ou à reformuler une intervention peu claire ;
- Il n'hésite pas à reprendre un intervenant s'il ne parle pas distinctement (devoir tendre l'oreille pour écouter un intervenant est très pénible pour les spectateurs) ;
- Pour éviter les allers-retours, surtout avec un public nombreux, grouper les questions 3 par 3 avant de donner aux intervenants le soin d'y répondre est une bonne solution (prévoir dans ce cas papier et crayon pour animateur et intervenants) ;
- L'animateur n'hésite pas à couper un spectateur hors sujet ou monopolisant la parole, en relançant sur une question précise. C'est le rôle que la salle attend de lui, et ce d'autant plus que les règles du débat ont été posées en amont ;
- En fin de débat, l'animateur indique que le temps imparti est écoulé. Il propose une synthèse/conclusion de ce qui a été dit. Il peut aussi demander à chacun des intervenants leur « mot de la fin » ou message clé.

Quelques clés pratiques

L'animateur pratique l'écoute active. Ce faisant, il questionne et reformule :

- Le questionnement : par des questions ouvertes (« Comment se présente selon vous… ? », « Que diriez-vous de… ») ou des questions fermées « Êtes-vous en accord avec ? », « La proposition xxx est-elle pertinente ? » ;
- La reformulation : en reflet, en reprenant le dernier mot d'un intervenant (« Inopportun, c'est-à-dire ? ») ; en faisant un résumé de ce qui a été entendu («Si j'ai bien compris, il vous semble que… »), en relance pour clarifier ou aller plus loin (« C'est-à-dire ? »).
- Comment recentrer le débat ? Par une reformulation synthèse intermédiaire, par une question de relance ;
- Comment aider à approfondir les arguments ? Par une question de relance fermée « pouvez-vous nous en dire un peu plus ? », « que signifie… ? » ;
- Comment « basculer » du pôle intervenant au « pôle public » ? Par une question à l'adresse du public ;
- Comment s'assurer de la compréhension du public ? En lui posant la question clairement : y a-t-il des incompréhensions ? Des désaccords ?

Le cas du public scolaire

- Une séance préparée en amont avec l'enseignant et poursuivie ensuite par un travail sur le thème diminuera la passivité des élèves ;
- Pour stimuler la prise de parole des élèves, quelques idées alternatives à la main levée : La boite à question (les élèves écrivent leurs questions sur des bouts de papier, rassemblés dans une boite, les questions posées sont tirées au sort) ; les groupes de discussion (la classe est répartie en groupes représentés par des rapporteurs qui restituent les idées devant la classe) ;
- Le rassemblement de plusieurs classes pour une séance peut brider encore plus le débat (peur d'être ridicule). Un porte-parole par classe peut être désigné avec des questions qui auront été préparées en amont de la séance.

Boîte à outils sur l'animation de débats

C'est un tableau Excel difficilement insérable dans un fichier Word. Il est disponible en version électronique, lisible et fonctionnelle, en écrivant à : alimenterre@cfsi.asso.fr

Formulaire de bilan de projection

A remplir en ligne à l'adresse suivante après chaque séance organisée entre le 15/10 et le 30/11/2015. Le lien sera transmis la semaine du 12 octobre.

COMMUNIQUER AVEC LES MEDIAS

1- Avant le lancement de la campagne

Annoncez le lancement de la campagne et les actions que vous allez entreprendre en informant les médias de votre programme et du message véhiculé dans le cadre de la campagne : envoi de communiqués de presse (CP). Vous pouvez vous baser sur le Manuel de campagne pour les réaliser.

Deux objectifs : annoncer vos actions par voie de presse (simple) et obtenir une couverture médiatique de vos manifestations (plus ardu).

Le communiqué de presse (CP)

S'il n'existe pas de norme rigide de présentation d'un CP, il y a en revanche quelques règles à respecter.

- Il doit être court (pas plus d'une page) et sa présentation doit être sobre et claire.
- Laissez des marges suffisantes et un interligne minimum d'1 ½ pour faciliter la prise de notes.
- Il doit comporter un titre accrocheur et un sous-titre explicite.
- Présentez judicieusement l'information en mettant en avant ce qui est le plus susceptible d'intéresser les journalistes (intervenant de qualité, invité « de marque », originalité de la manifestation…).
- Votre communiqué doit ressembler à une pyramide inversée. Placez le message principal au tout début du CP. Ce premier paragraphe est le plus important. Il doit impérativement répondre brièvement aux questions : QUI ? QUAND ? QUOI ? Où ? POURQUOI ou COMMENT ?
- Les paragraphes suivants, le corps du communiqué, doivent développer les éléments avancés dans le 1er paragraphe. Là aussi, il s'agit de les placer dans l'ordre décroissant, une idée principale pour chaque paragraphe. Le dernier paragraphe sert généralement aux renseignements généraux.
- Assurez-vous de n'avoir oublié aucun renseignement (lieu, adresse, dates et horaires, nom et coordonnées de la structure) et indiquez un contact presse aisément joignable (pas d'inquiétude pour votre numéro de téléphone ou toute autre information personnelle : les journalistes savent qu'ils ne doivent pas les diffuser, à moins qu'ils ne soient inclus dans le corps du communiqué).
- Et surtout, révisez plusieurs fois votre CP avant de l'envoyer. Rien ne semble aussi peu professionnel que les fautes d'orthographe ou de grammaire !

Constituer un fichier presse

Faîtes en premier lieu un choix des médias susceptibles de relayer vos informations : presse hebdomadaire et quotidienne régionale, magazines et bulletins municipaux, radios et télévisions locales ou nationales disposant d'un décrochage local, presse spécialisée, mais également sites Internet d'information locale ou spécialisée (sans oublier les blogs et forums).

Recherchez ensuite précisément les noms et coordonnées des journalistes que vos actions intéresseront. Vous les trouverez sur les sites Internet des publications, dans les ours[3] des journaux ou tout simplement en contactant les standards des rédactions. Certes fastidieuse, cette étape est inévitable car, sans destinataire précis, même le meilleur des communiqués se retrouvera à la corbeille.

Veillez enfin à capitaliser vos recherches : instaurer des relations régulières avec la presse et mettez régulièrement à jour votre fichier pour bâtir des relations presse sur le long terme (et gagner du temps les prochaines fois !).

Bien communiquer avec la presse, c'est bien la connaître : type de journaux, rubriques, ton, centres d'intérêt des journalistes, organisation de la rédaction et délais de bouclage. Pour cibler au mieux les journalistes et les supports, une règle d'or : lire, regarder ou écouter

[3] Petit pavé situé généralement au début d'un ouvrage, qui recense les noms et adresses de l'éditeur et de l'imprimeur, et le nom des collaborateurs ayant participé à la fabrication de l'imprimé.

souvent, attentivement et compulsivement les médias dans lesquels vous souhaitez voir vos informations relayées.

Quelques règles pour l'envoi d'un communiqué

Inutile d'inonder les rédactions, il vaut mieux cibler intelligemment en gardant à l'esprit ce principe : « une information à communiquer, une cible à toucher, un média à utiliser ».

Tenez compte des délais de bouclage et imposez-vous un planning rigoureux pour votre communication, sous peine de n'avoir aucun retour. Ces délais sont relatifs à la périodicité : bouclage la veille dans les quotidiens, une semaine avant dans les hebdomadaires, souvent près de deux mois avant dans les mensuels. La méthode la plus simple et la plus efficace est de procéder par vague : deux à trois mois avant la manifestation, envoi général d'un CP (+ éventuel DP) ; un mois avant, 1ère relance auprès des hebdomadaires et quotidiens avec CP et DP actualisés ; au plus tard à J-10, 2e relance auprès des quotidiens, avec un 3e CP.

Pour des raisons d'organisation des médias, un communiqué envoyé tôt le matin a plus de chances de retenir l'attention que s'il est envoyé en fin d'après-midi. Après avoir envoyé votre CP, assurez-vous toujours qu'il est bien arrivé à destination par un coup de fil bref et direct.

Travaillez en partenariat avec quelques médias ciblés (de préférence ceux dont l'audience est significative) :

- Négociez un espace publicitaire à titre gracieux en échange d'une visibilité sur votre événement (faite valoir les succès obtenus lors de précédentes éditions en termes de fréquentation, de retombées presse, etc.) ;
- Fournissez les informations nécessaires et suffisantes pour la rédaction d'un article de fond ou d'un dossier (documents, iconographie - en veillant à une résolution d'image suffisante, contacts…), pour la réalisation d'une interview (CV, éventuellement photo - en veillant toujours à la qualité de l'image)…
- Insistez auprès des journalistes pour qu'ils mentionnent la possibilité de trouver davantage d'informations auprès de votre pôle, ou bien sur le site Internet du CFSI.

2- Le jour « J » : organisez une conférence de presse

(avec le partenaire du Sud, s'il est présent).

Quelques conseils

La date

vérifiez qu'il n'y a pas d'autre événement susceptible de mobiliser les invités. Les week-ends et les vacances scolaires sont à proscrire, les lundis et les vendredis à éviter.

L'horaire

Optez pour un petit déjeuner, un déjeuner (qui débuterait vers 11h30), un goûter (16h) ou un rendez-vous en soirée (après 20h). L'objectif : combiner la présentation avec une collation pour éviter au journaliste de perdre trop de temps.

Le lieu

Si possible, choisissez une salle facile d'accès et attractive, où les journalistes n'ont pas l'habitude d'aller et qui peut susciter leur curiosité. Le lieu doit rester en adéquation avec le thème de la conférence.

Les invitations

Envoyez-les, de préférence par courrier (plus qualitatif et personnalisé), entre quinze jours et un mois avant la date prévue et pensez à relancer par téléphone deux à trois jours avant la conférence. L'invitation doit être claire et comprendre les points suivants : thème, horaires de début et de fin, lieu et accès, déroulement, talon d'inscription et contact presse.

Le jour « J »

1 heure est la durée idéale d'une conférence de presse. Prévoyez entre 30 et 45 minutes pour la présentation et 15 à 20 minutes pour les questions-réponses. Pensez aux supports d'information (communiqué et dossier de presse, visuels, supports de communication,

discours et biographie des intervenants, etc.) que vous distribuerez de préférence en fin de conférence.

Après la conférence
Envoyez le dossier de presse aux journalistes qui n'ont pu être présents. Même s'ils ont manqué la rencontre, ils peuvent parler de votre actualité dans leur média ...

3- Jusqu'à la clôture de la campagne

Annoncez les autres actions que vous entreprendrez en relançant la presse par de nouveaux communiqués.

4- A la fin de la campagne

Adressez un communiqué de presse dressant le bilan de la campagne. Pensez à constituer une revue de presse. Représentative de la qualité des actions, elle reste un outil efficace de persuasion, notamment pour démarcher des partenaires.

5- Remontées d'informations au CFSI

Le CFSI ne bénéficie plus d'Argus de la presse pour des raisons budgétaires. Il est donc indispensable d'envoyer tous vos articles de presse, émissions de radio ou télévision (liens), afin de mesurer l'étendue des retombées média au niveau national.

A destination des médias et/ou du grand public : pensez à communiquer sur les réseaux sociaux ET sur www.festival-alimenterre.org **!**

- Je relaie les messages de la page Facebook et du compte twitter du CFSI.
- Je communique avec le hashtag #ALIMENTERRE.
- J'envoie des brèves à communication@cfsi.asso.fr et alimenterre@cfsi.asso.fr sur les événements marquants que j'organise (avant et après). Elles seront mises en ligne sur le site du Festival et partagées sur les réseaux sociaux.
- Je partage des photos de mes séances, de la venue des partenaires…

Merci d'avance !

LA CHARTE GRAPHIQUE D'ALIMENTERRE

Outils et éléments de communication mis à disposition

- Sur le site www.festival-alimenterre.org/medias : vous trouverez les « produits finis » (affiche, programme, dépliant, flyers, bannières) en basse et en haute définition ;

- Sur http://1drv.ms/1IeTgau , vous trouverez :

  - les « produits finis » précités en pdf haute définition et sous Indesign ;
  - les photos des films de l'édition en cours ;
  - les logos du CFSI, des partenaires, de la campagne et du Festival ;
  - le visuel 2015 du Festival, le visuel de la campagne (assiette) ;
  - les gabarits word pour personnaliser les outils de communication ;
  - les modèles d'emailings personnalisables ;
  - les bannières web ;
  - les fiches pédagogiques ;
  - la notice d'utilisation du site internet du Festival.

Conception de vos propres supports

Si vous êtes amenés à concevoir vos propres supports de communication en lien avec la campagne ou le Festival ALIMEN**TERRE**, merci de respecter les points suivants.

1- Toute communication doit comprendre :

- votre logo, le logo du CFSI et le logo ALIMEN**TERRE** (l'espace entre les trois logos ne doit pas être inférieur à 5mm).

Les logos du CFSI, de la campagne ALIMEN**TERRE** et du Festival ALIMEN**TERRE** ne peuvent être ni transformés, ni modifiés. Leur taille ne peut être modifiée que de façon homothétique.

- la mention suivante :

Le présent document bénéficie du soutien financier de l'Agence Française de Développement, de la Fondation Daniel et Nina Carasso et de la Fondation Léa Nature Jardin Bio. Les idées et les opinions présentées sont celles du CFSI et et de [nom de votre organisation] et ne représentent pas nécessairement celles de l'Agence Française de Développement, de la Fondation Daniel et Nina Carasso et de la Fondation Léa Nature Jardin Bio.

2- Les visuels de la campagne ALIMENTERRE et du Festival de films ALIMENTERRE 2015 ne sauraient subir aucune modification sans l'accord préalable du CFSI.

Pour toute demande spécifique, contacter Marie Caye communication@cfsi.asso.fr

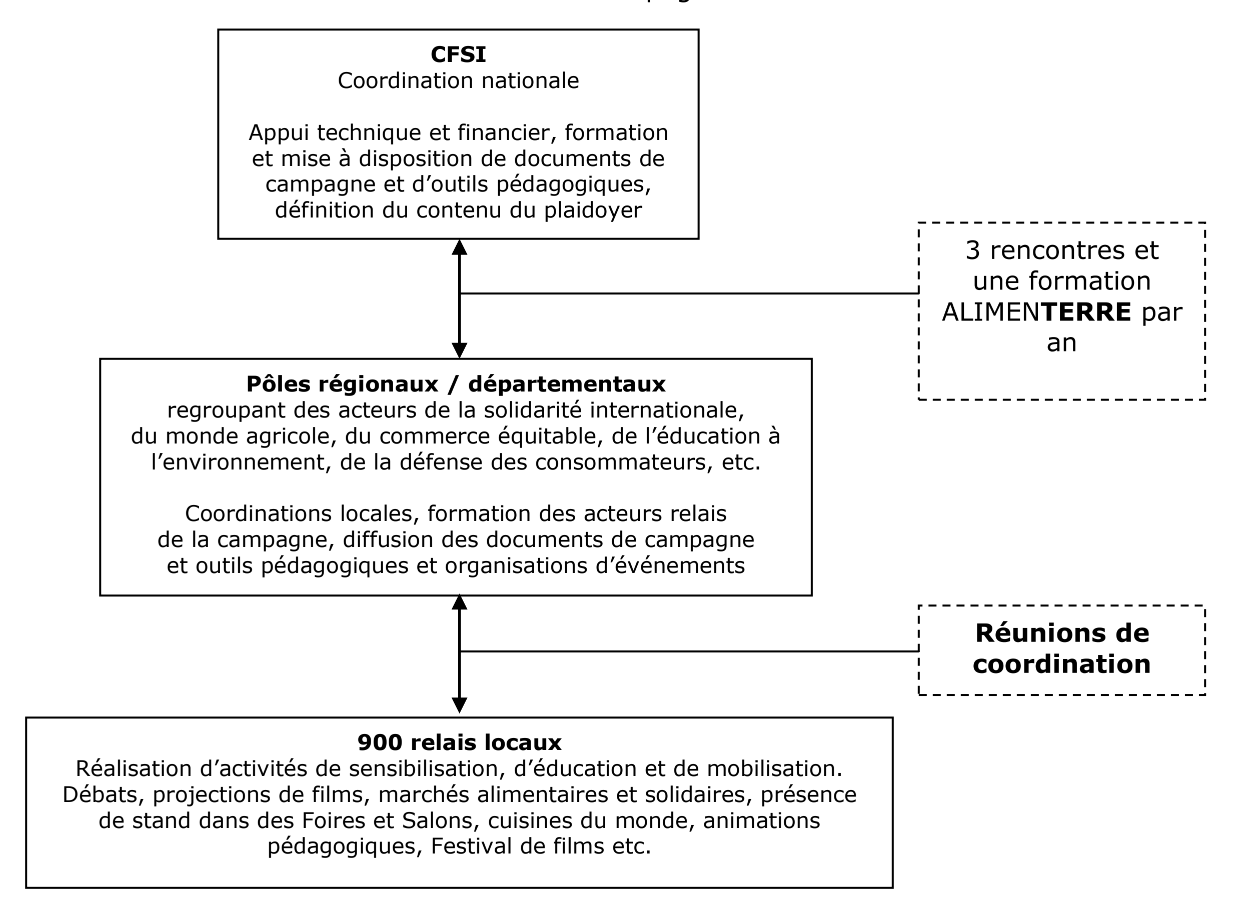
3- Le terme ALIMENTERRE doit être utilisé de la manière suivante :

Typographie
La police utilisée est : helvetica condensed light et helvetica condensed black. ALIMENTERRE est obligatoirement écrit en majuscule, avec le "terre" en helvetica condensed black.

Couleur
Selon le fond utilisé, ALIMEN**TERRE** sera écrit en blanc ou en marron (référence ci-dessous).
CMJN = 55 / 65 / 68 / 60
RVB = 70 / 41 /33
Pantone = 476C
Correspondance web = 462921

L'ORGANISATION DU RESEAU ALIMENTERRE

Coordonnée par le CFSI, la campagne ALIMEN**TERRE** rassemble plus de 900 organisations, réunies autour de pôles régionaux/départementaux ou relais locaux. Des représentants des principaux pôles se réunissent quatre fois par an pour échanger des savoir-faire en termes d'animation, assurer un retour sur le déroulement de la campagne sur le terrain et participer à la réflexion sur l'élaboration des nouvelles campagnes ALIMEN**TERRE**.

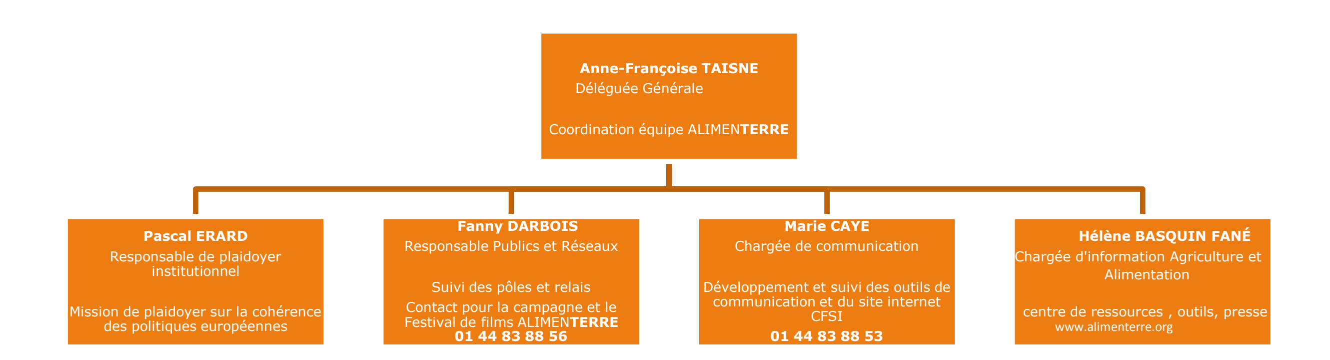


La mobilisation des pôles régionaux et relais locaux se traduit par une adhésion aux axes de la campagne ALIMEN**TERRE** et un engagement à porter l'argumentaire de campagne et ses revendications à la connaissance du public visé, lors des manifestations ou événements organisés. Les pôles et relais doivent garantir la bonne assimilation du discours par les membres de leur réseau et être attentifs à la façon dont ceux-ci le restituent au grand public. Si la diversité des acteurs engagés au niveau local est une force, elle ne doit pas nuire à l'homogénéité du propos. Le fil conducteur reste la lutte contre la faim et la promotion de la souveraineté alimentaire par le soutien d'une agriculture familiale viable et durable.

L'engagement des pôles et relais se concrétise également par la définition d'objectifs : un programme d'actions (nombre, nature et lieu des actions, structure mobilisée, public attendu), un nombre d'organisations locales mobilisées. Il est important de prévoir un dispositif d'évaluation de la fréquentation des activités et de sensibiliser l'ensemble des militants à son intérêt. Il permet de renseigner plus précisément le bilan d'activités.

Maillon indispensable de ce dispositif national : l'échange d'information et de pratiques !

L'EQUIPE ALIMENTERRE AU CFSI



Bonne campagne !